



UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO
CENTRO DE FILOSOFIA E CIÊNCIAS HUMANAS
ESCOLA DE COMUNICAÇÃO
PUBLICIDADE E PROPAGANDA

Maria Eduarda Ledo Martins de Abreu

SAÚDE, MORAL E EXPERTISE EMPÍRICA:
A alimentação como narrativa de diferenciação pessoal no discurso de
celebridades

Rio de Janeiro - RJ
2017

Maria Eduarda Ledo Martins de Abreu

SAÚDE, MORAL E EXPERTISE EMPÍRICA:
A alimentação como narrativa de diferenciação pessoal no discurso de
celebridades

Monografia de graduação apresentada à Escola de Comunicação da Universidade Federal do Rio de Janeiro, como requisito parcial para a obtenção do título de Bacharel em Comunicação Social, Habilitação em Publicidade e Propaganda.

Orientadora: Prof. Dra. Suzy dos Santos

Rio de Janeiro –

RJ 2017

AGRADECIMENTOS

Gostaria de agradecer, primeiramente, à minha orientadora Suzy dos Santos, por toda a paciência e confiança que me depositou. Além de seu papel na orientação do projeto, sem seu apoio moral eu não estaria concluindo, por fim, esta importante etapa na minha vida pessoal e acadêmica. Em seguida, gostaria de agradecer ao professor Igor Sacramento, por me emprestar seu tema, sua amizade e seus livros. Nos últimos dois anos, tive o prazer de tê-lo como orientador de iniciação científica, o que me despertou o amor pela pesquisa e pelos estudos acadêmicos. Também sou muito grata ao Programa Institucional de Bolsas de Iniciação Científica (PIBIC), pois este projeto nada mais é do que uma extensão dos conhecimentos obtidos na minha iniciação científica, desenvolvida no Laboratório de Comunicação e Saúde (LACES) da Fundação Oswaldo Cruz (Fiocruz), instituição que me acolheu e me permitiu a convivência com seus maravilhosos funcionários, pelos quais guardo um carinho imenso.

Agradeço, principalmente, à minha família, meu suporte, meu (ar)Recife. Obrigada por respeitarem minhas decisões, e obrigada especialmente pelo amor incondicional que me oferecem quando essas decisões não saem como o planejado. À minha mãe, meus dois pais e meus três irmãos mais velhos, agradeço por tudo. Até mesmo pela saudade.

Aos meus queridos amigos, àqueles que fiz em minha cidade natal, àqueles que fiz no Rio de Janeiro, àqueles que fiz mundo à fora, aos professores que se tornaram amigos, aos amigos que se tornaram família: mais um sincero obrigada. A vida não seria tão maravilhosa se não pudéssemos contar com as surpresas da amizade.

Por último, mas não menos importante, agradeço ao meu velho, meu querido amigo de infância. Ainda sinto sua presença e seu amor nos momentos mais difíceis, obrigada por me trazer luz, e por me lembrar que tudo o que é realmente importante, a gente já nasceu sabendo.

ABREU, Maria Eduarda. **Saúde, Moral e Expertise Empírica** : A alimentação como narrativa de diferenciação pessoal no discurso de celebridades. Orientadora: Suzy dos Santos. Rio de Janeiro, 2017. Monografia (Graduação Publicidade e Propaganda) – Escola de Comunicação, Universidade Federal do Rio de Janeiro.

RESUMO

Na contemporaneidade, a saúde foi transformada em uma atitude profilática, que visa minimizar a margem probabilística de riscos e doenças através da otimização da rotina individual. O surgimento do estilo de vida saudável se tornou uma ferramenta comunicativa de diferenciação pessoal, atribuindo qualidades morais, sociais e políticas aos indivíduos de acordo com os seus comportamentos cotidianos e rotina alimentar. Este projeto busca analisar como a saúde atua na construção da identidade individual na contemporaneidade — que é um período de valorização da subjetividade e das experiências pessoais— somada ao contexto de constante exposição do indivíduo nas mídias sociais. Para melhor ilustrar esse panorama, fizemos um estudo de caso relacionado a apresentadora e *chef* de cozinha Bela Gil, acompanhando durante dois anos suas redes sociais a fim de analisar seu discurso acerca da alimentação saudável. Nos baseamos nos conceitos foucaultianos de biopoder e nosopolítica, valorizando a crença no poder de ação individual e a medicalização do cotidiano contemporâneo. Também aliamos os conceitos de sociedade de risco, abordados em Giddens, com a perspectiva do surto de aconselhamento explorado por Bauman. Além disso, salientamos essa realidade presente no contexto de exposição individual e consumo fetichista abordado por Sibilía. Este projeto objetiva estudar as conexões entre saúde e comunicação na contemporaneidade, tendo em vista que no cenário nacional ainda há uma tímida quantidade de estudos acerca do tema. Esta análise também aborda a situação da diferença de classes no processo de culpabilização moral da saúde, levantando questões para futuros projetos na área.

Palavras-chave: saúde, moral, conhecimento empírico.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1: Postagem sobre o poder de mudança do indivíduo.....	45
Figura 2: Postagem sobre mudança do estilo de vida como prevenção de riscos	47
Figura 3: Postagem sobre alimentos orgânicos.....	48
Figura 4: Postagem com pedido de voto a favor da suspensão do carbofurano(1)	52
Figura 5: Postagem com pedido de voto a favor da suspensão do carbofurano(2)	53
Figura 6: Postagem com pedido de voto contra Projeto de Lei	54
Figura 7: Postagem sobre o aconselhamento do uso de cúrcuma na saúde bucal(1).....	56
Figura 8: Postagem sobre o aconselhamento do uso de cúrcuma na saúde bucal(2).....	58
Figura 9: Postagem sobre o aconselhamento do uso de cúrcuma na saúde bucal (3).....	59
Figura 10: Postagem sobre servir de exemplo na alimentação dos filhos(1) ...	62
Figura 11: Postagem sobre consequências da educação alimentação para os filhos (2)	63
Figura 12: Postagem sobre parto adequado.....	65
Figura 13: Postagem sobre merenda da filha	66
Figura 14 : Postagem sobre críticas nas redes sociais	69

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO.....	9
1 PANORAMA SOCIOCULTURAL CONTEMPORÂNEO E EMBASAMENTO TEÓRICO.....	12
1.1 A SOCIEDADE DO ESPETÁCULO E A NOÇÃO DE ESTILO DE VIDA NA ERA DIGITAL	
.....	12
1.2 O GOVERNO DE SI E O SURTO DO ACONSELHAMENTO NA CONTEMPORANEIDADE	14
1.3 AS CELEBRIDADES DO ESTILO DE VIDA NO CAPITALISMO INFORMACIONAL	18
1.4 A SAÚDE NOSOPOLÍTICA	25
1.4.1 A saúde em oposição ao risco.....	26
1.4.2 A saúde como qualificação moral do indivíduo	28
1.5 A ALIMENTAÇÃO COMO RECURSO COMUNICACIONAL.....	30
1.5.1 A linguagem dos alimentos	30
1.5.2 A alimentação na saúde.....	33
2 METODOLOGIA.....	40
1.1 MÉTODO.....	40
1.2 ANÁLISE E COLETA DE DADOS	42
3 ANÁLISE E INTERPRETAÇÃO DE DADOS.....	45
3.1 A SAÚDE COMO QUALIDADE MORAL DO INDIVÍDUO.....	45
3.1.1 O indivíduo e a marca	45
3.1.2 O discurso de responsabilização do indivíduo na saúde.....	47
3.2 A SAÚDE COMO EXERCÍCIO DA CIDADANIA.....	50
3.3 O QUESTIONAMENTO DA AUTORIDADE EMPÍRICA NO ACONSELHAMENTO DO ESTILO DE VIDA SAUDÁVEL.....	55
3.4 A SAÚDE COMO FATOR QUALIFICATIVO DA RESPONSABILIDADE PARENTAL	60
3.4.1 Progressão histórica dos conceitos de família e infância na contemporaneidade	60
3.4.2 O indivíduo e sua responsabilidade moral na educação alimentar dos filhos.....	62
3.4.2 O papel da mãe no cuidado com a saúde dos filhos.....	66
4 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	70
REFERÊNCIAS.....	73

ANEXOS..... 76

INTRODUÇÃO

O interesse no estudo da midiatização do estilo de vida saudável nos dias atuais, surge do novo contexto de celebração de indivíduos através do que chamaremos de “perícia do estilo de vida”. Essa nova categoria de reconhecimento não teria atingido a enorme proporção atual se não tivesse contado com as mídias sociais como um potente veículo de comunicação e fidelização entre o público e a pessoa célebre. A nova configuração de redes sociais na era digital, possibilita a sensação de maior proximidade entre celebridades e seus seguidores, também modificando a relação entre o público e os peritos em estilo de vida. A característica mais fundamental dessa peritagem, além de possuir seu reconhecimento baseado em expertise empírica, é a forma de abordagem do aconselhamento, que abre mão do discurso hierárquico e acadêmico para passar seus conhecimentos, optando por uma aproximação extremamente familiar e intimista através das telas pelas quais se comunicam.

Dentre os mais diversos campos desta nova configuração de expertise, que abrangem desde tarefas do lar até áreas mais específicas, —como fazer concursos ou ter uma vida mais sociável, por exemplo — uma área de ascendente interesse popular encontrou na cultura da perícia em estilo de vida um palco de solidificação midiática. Podemos afirmar que, neste panorama de “indivíduos exemplares” e sua população de seguidores, o campo da saúde ocupa uma das parcelas mais relevantes (ou pelo menos mais evidentes) na mídia, sendo responsável pelo surgimento de várias celebridades e subcelebridades assim reconhecidas pela sua expertise em como manter seus corpos potencializados e saudáveis. Então, para melhor compreendermos o reconhecimento dado aos indivíduos que recebem o título de *experts* do estilo de vida, precisamos antes desenvolver uma série de conceitos que acerca da saúde na sociedade contemporânea.

No Capítulo 1, abordamos toda nossa base teórica acerca da saúde na contemporaneidade, dando enfoque ao conceito foucaultiano de nosopolítica (FOUCAULT, 1979b), que defende que a partir do século XVIII, a questão da saúde populacional passou a ser vista como uma responsabilidade do indivíduo, ao mesmo tempo que é colocada como uma questão política passível de coerção social e associação moral. Iniciamos o capítulo localizando a sociedade na era digital, onde a exposição em redes sociais e consumo informacional permeiam as relações sociais dos indivíduos, que já não possuem comportamento de consumo de massa, estando segmentados em diversos nichos pautados por estilos de vida, que servem como um guia de identidade e consumo na contemporaneidade. Em seguida, abordamos o surto

de aconselhamento contemporâneo (BAUMAN, 1998b) como resultado do comportamento social diante dos riscos (GIDDENS, 1991a) que, devido à consciência da limitação acadêmica perante estes, corrobora com a valorização da expertise empírica em um momento em que a experiência individual surge como o principal mecanismo de ação na profilaxia de riscos. Essa valorização do conhecimento empírico, aliada com a necessidade de aconselhamento contemporânea, oferece pauta midiática para o surgimento de celebridades especializadas nas atividades cotidianas, que prescrevem sugestivamente formas de consumo justificadas na promoção da saúde.

Na nosopolítica, tem-se a permanente ideia de que o corpo físico tende à doença e que há uma necessidade e responsabilidade culpabilizante do indivíduo em manter-se saudável (FOUCAULT, 1979b). Este raciocínio não apenas transformou alimentos e atividades físicas em associações biológicas de vitaminas e proteínas, como também passou a agregar inúmeras questões morais aos indivíduos de acordo com suas preocupações com a saúde. As atividades que se escolhe praticar e os alimentos que se escolhe consumir, refletem toda uma ideologia e estilo de vida por trás de seus consumidores, os definem como sujeitos, e portanto ramifica seu poder de atuação para os campos sociais e econômicos.

O capítulo 2 deste projeto é referente à metodologia aplicada no nosso estudo de caso. Como nosso objetivo está pautado na análise de discurso, acompanhamos as narrativas expostas no *Instagram* e em outras redes sociais da apresentadora e *chef* de cozinha Bela Gil, que também é considerada uma celebridade nacional do estilo de vida saudável, devido ao seu discurso de consumo consciente e alterações político-sociais através da alimentação. O período de coleta e clipagem de dados acerca da narrativa da celebridade foi dado durante um acompanhamento de dois anos, a análise desses dados foi guiada pelos conceitos pós-estruturalistas presentes em Foucault (1972) e Bourdieu (1989), avaliando história, sociedade e indivíduo como forças componentes do *habitus*.

No terceiro capítulo, efetivamos a análise do nosso estudo de caso, avaliando as discussões e tópicos que surgiram organicamente durante nosso período de coleta. Foram mais recorrentes as associações morais da saúde, seja no papel cidadão do indivíduo ou em sua relação íntima e familiar, assim como mobilizações políticas de cunho social e ambiental, justificadas através de um consumo saudável e consciente. Também há uma seção acerca do questionamento da autoridade do especialista em estilo de vida, tendo em vista que seu conhecimento empírico na área de saúde muitas vezes vai de encontro com verdades acadêmicas estabelecidas nesse campo de conhecimento.

Por fim, o capítulo conclusivo deste projeto traz as resoluções finais desse estudo, recapitulando os conceitos e descobertas analisadas durante o acompanhamento do nosso caso. Além disso, a parte final deste trabalho foca essencialmente no levantamento de questões acerca da cultura do estilo de vida saudável, que, apesar de seu discurso de responsabilização individual, apresenta uma série de obstáculos em sua aquisição, dificuldades colocadas principalmente para populações mais pobres, com menos acessibilidade ao exigente padrão de consumo justificado na promoção da saúde. Este estudo abre pauta para futuros projetos de análise da saúde na comunicação, tendo em vista que o estudo do estilo de vida saudável não encobre de forma igualitária o imaginário social das classes mais baixas acerca da saúde e de suas conseqüentes relações de moral e profilaxia de riscos na contemporaneidade.

1 PANORAMA SOCIOCULTURAL CONTEMPORÂNEO E EMBASAMENTO TEÓRICO

1.1 A SOCIEDADE DO ESPETÁCULO E A NOÇÃO DE ESTILO DE VIDA NA ERA DIGITAL

Iniciamos nossos estudos bem situados no contexto de estilo de vida na Terceira Revolução Industrial, também conhecida como era digital ou informacional, não porque negligenciamos o caráter cambiante das aspirações de nossa sociedade, ou porque naturalizamos a atual busca por um estilo de vida dotado de princípios e bem estar, apenas não pretendemos nos prolongar, neste início de capítulo, na exaustiva e tangencial progressão histórica da Revolução Industrial nos mínimos pormenores de suas fases iniciais até a contemporaneidade. Porém, para melhor desenvolvermos nosso tema nos capítulos à frente, precisamos antes revelar por quais guias teórico-sociais estamos embasando nossas análises.

Vivemos em um contexto de globalização, comunicação altamente informatizada, abundância de bens de consumo e serviços oferecidos para públicos cada vez mais segmentados e específicos. A chamada "sociedade de consumo" é marcada não mais por uma aquisição de produtos utilitários, mas sim pelo sentido saussuriano do significado desses objetos (BAUDRILLARD, 2008). Nas últimas décadas, esses bens de consumo já não podem ser bem delimitados apenas como serviços ou objetos em si, devido ao nível de abstração que o ato de consumir alcançou, onde uma escolha de ideologia resulta em um cardápio de consumação que oferece várias atitudes, entretenimentos, compra de bens e serviços, posições políticas a serem seguidas de forma que todas essas ações reiterem e autentifiquem o conjunto de ideais e morais que os consumidores adotam para si. A essa espécie de bússola do consumo, que por si só também é consumível, descartável e substituível, damos o nome de estilo de vida.

A expressão "estilo de vida" começou a habitar revistas, programas televisivos e o imaginário social na virada do século XX (REIMER, 1995 *apud* FREIRE FILHO, 2003). Diferente das tradicionais segmentações estatísticas da população, o estilo de vida não é um enquadramento estrutural, como classe social, faixa etária e etnia, ele é uma classificação cultural e mutável, no momento em que é facultativa dentro das condições estruturais do indivíduo. Ele indica uma série de orientações e costumes que causam identificação de grupo, fornecendo uma espécie de segurança ontológica (GIDDENS, 1991 *apud* FREIRE FILHO, 2003) dentro de suas crenças de consumo, ao mesmo tempo que cria uma "crise de identidade em massa" (FREIRE FILHO, 2003) da sociedade do consumo, que é ciclicamente carenciada e remediada pela cultura de consumo.

Não queremos afirmar, porém, que a indústria comercial é onipotente sobre os indivíduos, e seguir com o imaginário de população em massa e comunicação unilateral por parte da mídia é um conceito no mínimo limitado ou datado, para não dizermos obsoleto nos dias atuais. A cultura do estilo de vida é na verdade uma oposição ao consumo de massa dos meados do século XX, o que surge de uma onda social individualista que logo mais aprofundaremos, mas que basta para justificar uma população consumidora ávida por expressão pessoal, autenticidade, consciência estilística e, claro, produtos e serviços muito específicos, esculpidos para cada pequeno nicho de identificação, de forma que um tratamento de massa já não é tão abrangente nem eficaz como no fordismo. Em vez da adoção inflexível de um conjunto de costumes de consumo, por tradição ou hábito, a sociedade de consumo contemporânea faz do estilo de vida um objetivo de vida, a própria exibição de sua individualidade e das ideologias quer ter (FEATHERSTONE, 1995), e tanto o mercado capitalista já se consolidou neste novo *status*, que a publicidade, os editoriais, os programas de televisão, são todos permeados pelo poder de atuação e de mudança do consumidor, como se defendessem uma espécie de onipotência do “eu” do indivíduo. Portanto, muito além de um interesse estético na venda da indústria capitalista, o estilo de vida é um dos principais direcionamentos pelo qual a sociedade absorve e reproduz o conteúdo do dia a dia (LEWIS, 2008), ao mesmo tempo em que é colocada em estado de ansiedade pela conquista, ou pela aparência da conquista, de sua autossuperação.

É de Guy Debord (1967) o conceito de “sociedade do espetáculo” que baseia o perfil dos consumidores contemporâneos, mas, diferente do autor, não será do nosso enfoque criticar o capitalismo e o fetichismo de mercadorias, até porque as ciências sociais já não compartilha em sua maioria da visão debordiana de um público alienado e passivo, nem que a indústria capitalista possui poder total na criação das necessidades sociais. Reconhecemos, porém, que a sociedade do espetáculo está viva e ainda mais complexa com a evolução dos meios de comunicação informatizados, da internet e das redes sociais. Ela não deixou, na contemporaneidade, de se basear no bombardeamento imagético que media a relação social entre as pessoas (DEBORD, 1967), ela agora não apenas consome imagens como cada indivíduo é uma imagem por si só e a autopromove ao público como um desejo de consumação, como necessidade de autoafirmação que paradoxalmente necessita de reconhecimento social para ser saciada. O espetáculo já não é um meio de dominação da sociedade cujas únicas escolhas só podem ser feitas pelos detentores dos meios comunicacionais e de produção (DEBORD, 1967), o espetáculo é o próprio estilo de vida.

Durante a modernidade, a subjetividade dos indivíduos, o que fazia cada um algo único e particular, era um interesse privado e íntimo, valorizando a relação do homem consigo. Paula

Sibília (2008) decorre em seus estudos o surgimento do homem contemporâneo em contradição ao intro-dirigido homem moderno, defendendo que foi o fim do século XX (e o desenvolver de seus antecedentes históricos) que possibilitou essa transformação efetiva, culminada pela globalização, uma conexão jamais vivida na história entre inúmeras sociedades de enorme distância territorial e em tempo real. Essas mudanças histórico-sociais, que fizeram da contemporaneidade o que ela é, também transformaram o moderno *Homo psychologicus* no contemporâneo *Homo technologicus*, que ansia pela exaltação da vida pessoal e pelo conhecimento da vida alheia através dos meios de comunicação e redes sociais, o que também mudou as relações de persuasão de mercado, que passou a utilizar essa realidade como instrumento, mercantilizando de diversas formas essa necessidade de exposição (SIBÍLIA, 2008), mas estando sujeito também ao novo padrão de consumidores. Segundo a autora, essas novas formas de exposição nas mídias públicas e a necessidade de exaltação de si a outros olhos julgadores também faz com que se mesquem as noções de formação do caráter, ligado aos valores internos, com o conceito da persona, que é consciente dos efeitos que pode provocar nos outros. É nessa nova composição de valores do capitalismo, da exposição e do estilo vida, que a figura da celebridade institui-se de forma protagonista na sociedade contemporânea.

1.2 O GOVERNO DE SI E O SURTO DO ACONSELHAMENTO NA CONTEMPORANEIDADE

Antes de adentrarmos o entendimento da celebridade contemporânea, suas origens, relações de confiança, identificação e poder de mobilização de massas, precisamos embasar o corte de análise que estamos selecionando neste amplo campo de estudo. O enfoque deste projeto é baseado na narrativa pública da celebridade de aconselhamento acerca do uso da saúde (no caso, a alimentação saudável) como ferramenta de diferenciação social e afirmação política e moral. Para que possamos em breve analisar nosso estudo de caso desse específico tipo de celebridade, — que é considerado “especialista do estilo de vida” e *expert* das atividades cotidianas, possuindo autoridade legitimada pelo público através de conhecimento empírico, independente do contexto acadêmico de sua peritagem — precisamos antes de tudo ilustrar o cenário atual de risco e necessidade de aconselhamento que permitiu o surgimento dessa nossa categoria de expertise.

O conceito de uma cultura de mal-estar geral na civilização já foi anteriormente discutida no início do século XX por Freud (FREUD, 1930 *apud* BAUMAN, 1998a), onde o termo civilização, para Bauman, poderia ser tomado como sinônimo da modernidade devido as características pouco individualistas da população em relação aos problemas sociais, onde havia maior auto-coerção e o desejo de “liberdade” do indivíduo era trocado por mais segurança. Na pós-modernidade, porém, valores morais modernos ligados a “beleza, limpeza e ordem” não foram abandonados, mas agora devem ser perseguidos (e bem-sucedidos) através da espontaneidade, desejo e esforços individuais (BAUMAN, 1998a).

A sociedade contemporânea também se diferencia de suas anteriores devido à ascensão do peso coercitivo da moral no mundo globalizado, que a partir segunda metade do século XX se torna um tema fixo nos estudos sociais. Essa atenção não a era dada antigamente devido às limitações consecutivas ao âmbito da atividade humana, fato ultrapassado pelas conexões do mundo digital, onde a ação de um pequeno grupo populacional pode gerar consequências para pessoas do mundo todo (JONAS, 1979 *apud* BAUMAN, 1998a). Bauman discorda, porém, da ideia de que as guerras, as catástrofes ambientais e sociais ocorram devido à falta de conhecimento ético, ou devido pensamento de que a moralidade não acompanhou proporcionalmente o crescimento quimérico das tecnologias e suas consequências no planeta. O autor acredita que essas catástrofes não ocorrem por desconhecimento ético e sim pela persuasão de outros agentes, como as forças de mercado, na hora de contornar ou até ignorar a responsabilidade sobre ações privilegiadas que prejudiquem terceiros. A forma mais comum de evitar essa responsabilidade é utilizando a contemporânea culpabilização moral do indivíduo, por via da qual populações mais pobres são condenadas e responsabilizadas por sua pobreza devido por suas más escolhas como consumidores iludidos (BAUMAN, 1998a).

Essa preocupação com o estudo da ética e a culpabilização individual estão intrinsecamente ligados aos estudos do risco, que tomaram palco também no século XX como uma tentativa de prever e controlar catástrofes ambientais e sociais causadas pelo uso irresponsável de recursos naturais e poder político, assim como prevenir cuidados do Estado com a saúde da população através da responsabilização do indivíduo com sua própria profilaxia, mas isso desenvolveremos mais detalhadamente à frente neste mesmo capítulo. O que se pode autenticar disso é que os ideais de controle e de culpa individual se encaixam no discurso contemporâneo de forma a realçar uma espécie de crença na "onipotência" da ação individual, que defende que é culpa de cada indivíduo o que ocorre em seu macroambiente, mas que ao mesmo tempo o faz acreditar que também é dele o poder absoluto de mudança. Para justificar a origem e estabelecimento desse governo individual na cultura contemporânea, utilizaremos

como base daqui em diante os estudos de Foucault (2008) acerca da biopolítica e seus respectivos conceitos acerca do biopoder.

Entende-se por biopolítica a nova forma de estabelecimento de poder surgida na virada do século XIX. As práticas disciplinares anteriores a isso visavam controlar o indivíduo, já a biopolítica, ao salientar a prática de poder local entre componentes individuais da sociedade, alcança o controle da população, fazendo dela próprio instrumento autorregulador (FOUCAULT, 2008).

A população aparece, portanto, mais como fim e instrumento do governo do que como força do soberano; a população aparece como sujeito de necessidades, de aspirações, mas também como objeto nas mãos do governo; como consciente, ante o governo, daquilo que ela quer e inconsciente em relação àquilo que se quer que ela faça. O interesse individual — como consciência de cada indivíduo constituinte da população — e o interesse geral — como interesse da população, quaisquer que sejam os interesses e aspirações individuais daqueles que compõem — constituem o alvo e o instrumento fundamental do governo da população (FOUCAULT, 1979a, p.425-426).

O biopoder em si é uma dissolução do poder político sobre todas as segmentações da vida humana em um único mecanismo com vários micropoderes, que permite o controle de populações inteiras através da gestão da natalidade, alimentação, saúde, regulação do corpo, na medida que cada um desses conhecimentos passam a se tornar preocupações políticas e da população. A prática da biopolítica é dada pelo também foucaultiano conceito de “governamentalidade”, onde uma série de instituições, práticas e imaginários próprios do biopoder, utilizam dispositivos de segurança como tecnologias essenciais dentro de uma população com o objetivo de proporcionar a ela o uso desses mecanismos na execução de sua própria regulamentação, através da ideia de dever de governo transmitida nos hábitos e costumes da sociedade (FOUCAULT, 1979a). Nesse contexto de dissolução e distribuição de poderes, surge o a ideia do **governo individual**, o governo de si mesmo, que não mais traduz a ideia de poder como repressora, como outrora foi sinônimo de Estado e da imagem de um soberano governante; agora, o biopoder é visto sob a racionalização moderna, representando uma positividade mais do que uma interdição, e a vida em si é um próprio âmbito de poder a ser governado pelos próprios indivíduos, sob principal mecanismo de responsabilidade como principal método e não mais os meios de punição.

Neste contexto do poder do indivíduo em seu próprio governo, as pessoas começam a se portar como verdadeiras empresas de si mesmas (FOUCAULT, 2008 *apud* SACRAMENTO,

2016), empresas múltiplas divididas em família, grupo social e o próprio controle de si. No momento em que cada agente de uma população se concebe como uma empresa, passa a aplicar em si uma espécie de política de cálculo econômico empresarial, onde visa-se a maximização do potencial de “lucro”, através do controle de possíveis riscos e uma espécie de “individualismo competitivo”, que busca uma constante autossuperação e a otimização de benefícios econômicos, psíquicos e sociais (SACRAMENTO, 2016). No caso do controle da saúde do indivíduo, ao qual dedicaremos logo à frente outro seguimento deste capítulo, há uma obrigação individual com a profilaxia ainda maior do que a obrigação estatal, atribuindo ao âmbito pessoal associações de cunho moral relacionadas ao (aparente) cuidado com o corpo, entendendo-se por alimentação e prática de exercícios. É neste ponto que o estilo de vida saudável passa a ser, mesmo como produto e guia cultural de consumo, ele mesmo uma força coercitiva e vigilante dentro de uma população (SACRAMENTO, 2016).

A responsabilidade com o governo de si é um reflexo do conceito de mortalidade na visão pós-moderna, que não é mais vista como um evento imprevisível e sim como um axioma que pode ser afastado ao máximo com o devido controle do risco— visto dissolvido em armadilhas como doenças, alimentos não saudáveis, poluição, etc. (BAUMAN, 1998b). Esse novo pensamento trouxe muitas incertezas para a sociedade atual, que concentram sua insegurança no poder da ação individual, estimulando, no momento que uma decisão errada pode acarretar consequências irremediáveis, a busca por mecanismos que transformem a essas incertezas em uma base de segurança, uma espécie de guia, mentor da vida, situação referida por Bauman como o “surto de aconselhamento” da pós-modernidade.

Bauman(1998b) compara essa admiração por especialistas e conselheiros com a antiga experiência com os santos, considerando que a contemporaneidade já não possui a segurança ontológica anteriormente oferecida pela religião e os sistemas abstratos de peritagem, como a ciência e o conhecimento empírico (GIDDENS, 1991a), tomaram comparativamente o lugar desse direcionamento. Pois bem, os santos eram admirados pelo alcance da experiência humana máxima (o êxtase divino), bem sucedida através de um dedicado asceticismo; já os “santos” modernos não são muito diferentes: são elevados à realeza do consumismo sob o mesmo pretexto de competência e dedicação na busca pela intensificação das sensações meta-experimentais do mais ordinário cotidiano (BAUMAN, 1998b). Esses novos santos da contemporaneidade, como os santos religiosos, também são seguidos em seus princípios e aconselhamentos e têm sua imagem distribuída em diversos meios comerciais; porém, estes não são “sobre-humanos”, são pessoas comuns que criam uma suposta intimidade como milhares de outras pessoas, por meio da qual as encorajam e as aconselham à melhor otimização da vida,

são verdadeiros especialistas da identidade: entramos, a partir de agora, no pós-moderníssimo mundo das celebridades do estilo de vida.

1.3 AS CELEBRIDADES DO ESTILO DE VIDA NO CAPITALISMO INFORMACIONAL

Nos últimos anos, o interesse de mostrar à audiência os padrões de autocuidado em programas de cuidados com o corpo e gestão do ambiente familiar emergiu junto com o surgimento do que chamamos de “especialistas do estilo de vida”. Essa categoria de aconselhamento representa uma possibilidade de peritagem para o que antes era doméstico e ordinário e, mesmo que os *experts* e as celebridades sejam diferentes representantes de autoridade cultural em uma sociedade, ambos possuem uma condição de elite ao mesmo tempo que carregam o poder da representatividade pública (LEWIS, 2010).

Tania Lewis (2008; 2010) dedicou boa parte de sua produção bibliográfica ao estudo de celebridades na contemporaneidade, desenvolvendo a atual mesclagem entre o Estado e a cultura popular comercial. Ambos têm palco de abordagem na personificação do estilo de vida midiático, que também se tornou campo do debate de questões políticas e de cidadania (2010), pois, em cultura de consumo voltada para o estilo de vida, questões governamentais e sociais são vistas como parte das escolhas do indivíduo, que devem ter base em seu senso de responsabilidade ética e governamentalidade. Ao mesmo tempo, o que antes poderia ser caracterizado como meio de diferenciação pessoal deixa de ter enfoque em conquistas extraordinárias para dar vez à excelência na execução de atividades corriqueiras, como opinião política, alimentação e cuidados com o lar.

A autora também não falha em salientar que entre os especialistas do estilo de vida e os peritos acadêmicos já não há tanta diferenciação, no momento que vários dos segundos já começam a se transformar em celebridades por si mesmos, realizando aparições midiáticas regulares e demonstrando menos animosidade com o vocabulário não acadêmico e mais acessível a grandes públicos (LEWIS, 2010).

Também é de Lewis que pegaremos emprestado o termo “capitalismo informacional”. Embora em sua essência tenha a mesma estruturação saussuriana usada por Baudrillard (2008), no sentido do consumo do objeto como consumo de sua significação, Lewis é menos interessada em oferecer uma análise crítica à indústria capitalista, focalizando em ilustrar panoramicamente como se dá o consumo fetichista nesse contexto de associação entre marcas e o indivíduo na realidade contemporânea.

A associação abstrata entre indivíduos e marcas não é novidade da contemporaneidade — já se pronunciava desde o início do século XX com o estímulo de consumo na era fordista,

tendo sua consolidação no pós-guerra da década de 1950 com a ascensão da publicidade voltada para a introdução de novos produtos tecnológicos no mercado. Porém, podemos dizer que esse conceito foi saindo do consumo de massa e se refinando a pequenos nichos na atualidade, onde também há um número absurdamente maior de marcas, produtos e serviços que atendem cada um desses grupos. Na era do estilo de vila, por sua vez, as práticas de consumo da sociedade em marcas com políticas análogas a do indivíduo são vistas como uma forma verdadeira de investimento na identidade do indivíduo como pessoa e cidadão, confirmando autenticidade de seus princípios, e esse culto à imagem é cíclico entre o marketing do capitalismo informacional e os consumidores.

O simbolismo das marcas foi estudado por Fontenelle (2002) como uma manipulação psicológica deliberada por parte da indústria para com o consumidor, instigando o desejo através da exposição midiática de conteúdo subliminar que utiliza do inconsciente do receptor para atraí-lo a seu objeto de consumo, apelando para emoções e instintos básicos, resultando em ações impulsivas de consumo e criando um estado de dependência por parte do sujeito. Não queremos dizer, ao discordar parcialmente com a autora, que não há formas de publicidade que apelem para a inocência ou falta de conhecimento de seu receptor, nem queremos dizer que isso é uma prática que deveria ser naturalizada devido ao sistema econômico em que vivemos, porém, achamos que este imaginário de um indivíduo consumidor passivo é um conceito limitado, principalmente quando aplicado na parcela ativa do consumo de estilo de vida saudável, ou de estilo de vida em geral. Os consumidores informacionais do estilo de vida não estão alheios ao sistema capitalista em que vivem, eles não são “vítimas” de uma publicidade que os obriga a consumir serviços e objetos que nada agregará a eles, mesmo que a publicidade ainda apele sim para o fetichismo e para instintos primários de sociabilidade e realização pessoal do consumidor. Tais consumidores têm consciência de que são eles mesmos a razão e alvo do consumo e de seus devidos apelos midiáticos, portanto, como não poderia ser muito diferente da realidade hedonista contemporânea, eles querem ser servidos por esses instrumentos, de maneira que possam cada vez mais consumir significações que tragam valor de identificação à sua empresa individual. Por meio de redes sociais, principalmente, e por estímulo ou boicote de produtos, eles deixam sua opinião ativa, sujeitando as marcas à adaptação de novos valores através de uma comunicação não mais unilateral por parte da mídia, resultando em um (obrigatório) engajamento dos produtores de conteúdo nos interesses de seus públicos-alvo, mesmo que isto não anule por vez os próprios poderes midiáticos no estímulo de seus próprios interesses por parte da população.

Nesta comunicação entre o público e sistemas industriais impessoais, uma peça surge como essencial ponto de convergência, um verdadeiro *chosen one* da cultura capitalista e sua principal representante social: a celebridade. E é claro que não estamos dizendo que a celebridade é fruto do nosso século e desta atual organização econômica e social, na realidade, há teorias que reconhecem seu surgimento a partir do século XVIII, como declara Tom Mole em seus estudos sobre a teorização histórica acerca do que veio a ser a celebridade moderna.

Mole (2007) declara que a celebridade poderia ser tão antiga quanto o primeiro século, com a imagem dos gladiadores romanos aclamados por uma população de milhares de espectadores, porém, defende que o conceito de celebridade em si não requer apenas fama, mas depende de três pilares interligados, que só chegaram a perpetuação sob reinado capitalista: um indivíduo, uma audiência e, essencialmente, uma indústria, que, segundo o autor, só se tornou um elemento estável nesse tripé com a Revolução da Imprensa e sua consecutiva disseminação de conteúdo em massa. O surgimento dessa comunicação abrangente, resultou no que é chamado de “publicidade mediada” — sendo o termo publicidade relativo ao que é de caráter público e não à atividade publicitária—que, baseado a partir da palavra impressa, foi o principal precursor na propagação de informação em massa aos indivíduos que não mais precisavam estar presentes no local físico da ocorrência de um evento, livrando a comunicação em massa do advento face a face (THOMPSON, 2011). De acordo com esses parâmetros, Mole declara como uma das primeiras celebridades modernas a persona de Lord Byron, na Inglaterra do século XVIII. Byron não foi apenas um dos poetas mais influentes do romantismo, ele era, além de produtor cultural, ele mesmo um produto cultural (MOLE, 2007), sendo assunto de tabloides e jornais que se interessavam por sua vida, pensamentos e escândalos da privacidade, além de também possuir um verdadeiro fã-club de mulheres que sonhavam com seus dotes, feição e talento literário. Essa relação e interesse por parte não apenas da persona célebre, mas também pela sua vida privada e pessoal, foi sendo aprimorada e intensificada com a evolução da publicidade mediada e seus posteriores meios de comunicação de transmissão à distância, sendo, antes de cederem território para a era virtual contemporânea, a televisão e o cinema os mais abrangentes no século XX. Neste último período citado, a força midiática a partir de então já estava astuciosa e no auge de sua consagração, instrumentalizando a publicidade mediada para uma mais aprimorada interação de pseudo-intimidade entre público e celebridade.

A forma mais comum de contato com o público, quando se trata das celebridades do estilo de vida, é a abordagem íntima e despretensiosa que utilizam para aplicar seu aconselhamento nas mídias. Através de um discurso íntimo e análogo a relações de primeiro grau (face a face), é criado um simulacro de intimidade chamado de interação parassocial, que

são vínculos emocionais verdadeiros que podemos criar com personagens fictícios de um romance, por exemplo. No caso de apresentadores de programas de televisão (e também no caso de celebridades do estilo de vida), o público também se envolve em uma interação parassocial, mas diferente de um filme, ou livro, a realidade do acontecimento não é alheia ao público, muito pelo contrário, ele está imerso nela com uma persona midiática a qual simula com ele uma interação de primeiro grau (HORTON; WOHL, 2006). Os psicólogos e autores Horton e Wohl estudaram a suposta “intimidade à distância” cativada por fãs e simpatizantes de determinadas celebridades, defendendo que este laço de intimidade é ilusório, unilateral, não-dialético e insuscetível a mutualidade, oferecendo como único recurso real a sensação de sociabilidade por parte do público. Os autores também afirmam que a intimidade é estimulada pelo próprio papel da persona que, com uso dos recursos midiáticos, oferecem uma contínua e por vezes muito longa relação com o público, tornando-se uma aparição confiável e confortante, considerando o fato de que a persona é sempre previsível e não traz surpresas desagradáveis, o que permite que o fã acredite irracionalmente que conhece a celebridade e que o acúmulo desse conhecimento intensifica a lealdade de seu sentimento, formando um crescimento de afetividade sem desenvolvimento devido à natureza unilateral da interação (HORTON; WOHL, 2006).

Devemos salientar que Horton e Wohl referiam-se majoritariamente a apresentadores de programa de audiência, e que consideravam que a única forma do público reagir negativamente a essa comunicação seria deixando de participar ou não assistindo ao *show* na televisão, pois não haveria espaço para uma comunicação crítica direta. É claro que hoje, com o advento das redes sociais e sua consequente popularização, os programas de audiência possuem seus próprios perfis virtuais onde o público têm a oportunidade de criticar ou sugerir pautas. No caso dos especialistas em estilo de vida, os principais canais de acesso a seu conteúdo são as redes sociais em si, porque, mesmo que as celebridades possuam seu próprio programa televisivo à parte — como é no caso da imagem midiática da apresentadora e *chef* de cozinha Bela Gil, nosso objeto de estudo —, o contato com o cotidiano da celebridade é essencial nesse nicho. Há uma crença natural por parte do público que a extraordinariedade da expertise dos peritos em estilo de vida não está limitada ao seu principal campo de conhecimento, seja ele empírico ou acadêmico, moldando as celebridades do estilo de vida em verdadeiras *experts* na arte de viver, através da exibição midiática da excelência de seu cotidiano.

Esse desejo de consumo pela celebridade na era midiática causou uma abrangência de tipos celebridades, fomentou o popular desejo de ser celebridade e expandiu o consumo da

celebridade como produto. A democratização causada pela expansão global originou formas ainda mais endógenas de celebridades, os “famosos por serem famosos” (HEINICH, 2011), como as *ex-BBBs*, *it girls*, ou subcelebridades por termo geral. Esse consumo de celebridades obtém lucro através da venda de imagens, tendo atingindo seu auge na era digital, através de métodos como a associação da persona célebre a produtos, eventos, relações de patrocínio, havendo inclusive o estabelecimento de um “mercado negro” de comércio não-autorizado de imagens da vida privada das celebridades, como são as fotografias dos *paparazzi* que preenchem revistas e *sites* de fofoca (HEINICH, 2011). Hoje, porém, esse cenário de exposição não-espontânea possui menos atuação, já que muitas celebridades disponibilizam, por elas mesmas, imagens (controladas) de sua vida privada em suas redes sociais, não limitando sua imagem “pública” aos imprevisíveis cliques de *paparazzis* e utilizando a exposição frequente como uma maneira de autopromoção, como é no caso das celebridades do estilo de vida, que utilizam dessa ferramenta mais como um investimento do que uma atitude de agrado e aproximação com os fãs (que é o pretexto de celebridades mundiais e mais consagradas como divas pop ou atores de Hollywood).

Mas como podemos entender detalhadamente esse fenômeno de abrangência do reconhecimento de uma celebridade por parte da população, além da mera justificativa do estímulo midiático? Dedicaremos agora um pouco deste capítulo para entender uma série de estudos de capitais abstratos, que possuem forte poder de reconhecimento na sociedade e que, devido a isso, também podem ser convertidos em outros tipos de capitais, como o capital econômico, por exemplo. Iniciamos a estruturação dessa ideia de capital abstrato com os estudos de capital simbólico trabalhados por Bourdieu (1989), que define as relações de comunicação antes de tudo como relações de poder que dependem do poder material e simbólico acumulado pelos agentes sociais.

O autor também define que, como essas relações de comunicação expressam uma forma de poder, sua posse também dará pauta para que classes concorrentes lutem por esse recurso abstrato de reconhecimento e comunicação, no momento em que cada parte busca impor a definição do mundo social conforme os próprios interesses. Os poderes simbólicos são uma espécie legitimada de poder político; são poderes relativos à sociedade em que se estabelecem, tendo como uma de suas principais habilidades o dom de nomear conceitos e ideias no imaginário social, sendo necessária por sua vez uma grande soma de capital simbólico (reconhecimento) dentro de um ambiente social para que se possa obter essa habilidade. Uma vez adquirida, a política se torna palco de excelência na eficácia do poder simbólico, pois uma classe só pode ser criada quando há agentes de poder simbólico plenos o suficiente para

representá-la de forma legitimada, literalmente fazendo-a existir no campo político (BOURDIEU, 1989). O autor salienta que o poder simbólico, porém, não se limita ao capital político — este é apenas um tipo de poder simbólico — sendo mais bem definido como uma espécie de crédito geral na confirmação e reconhecimento da crença de uma sociedade na legitimidade de um agente. Ou seja, em suma, o poder simbólico é o que “aquele que lhe está sujeito dá àquele que o exerce” (1989, p.188).

Driessens (2013) parte dos estudos de Bourdieu para expandir o conceito de capital simbólico nos dias atuais, fazendo uma verdadeira coletânea de estudos relacionados ao poder de reconhecimento de celebridades, assim como sua curiosa característica de migração entre diversas áreas específicas e não correlacionadas, como atores que viram escritores em um piscar de olhos, por exemplo. O autor também salienta que ser uma celebridade é considerado uma hierarquia socialmente superior, ou melhor, possui maior capital social que os indivíduos não midiáticos e ordinários. As celebridades podem possuir como origem do seu “capital célebre” (tradução nossa) relações de parentesco com outras celebridades consagradas, feitos ou habilidades reconhecidas, mas, principalmente, exposição midiática como maior construtor de valor desse capital (DRIESSENS, 2013). Como as celebridades são também consumíveis (HEINICH, 2011), há uma imensa descartabilidade desse capital célebre, geralmente impulsionada pela perda de visibilidade midiática. Heinich em outros estudos definiu esse poder abstrato de forma análoga a Driessens, nomeando-o de “capital de visibilidade”, um bem que lucra em cima da exposição de uma imagem e é guiado por normas econômicas particulares, podendo ser vendido, transmitido e convertido em favor de seus detentores (HEINICH, 2012). Driessens (2013) concorda com Heinich quando concebe a ideia de capital célebre como representações midiáticas recorrentes ou acumulada ao longo dos anos, podendo render lucro, validação social e abertura para adentrar outras áreas como a política, porém ele remarca que o capital célebre não deve ser considerado um tipo de capital simbólico, já que o capital simbólico é um suposto conhecimento intelectual legitimado e reconhecido, porém limitado a uma área específica, podendo ser trocado por outros capitais. O capital célebre, por sua vez, alcança essa transitoriedade de áreas apenas consigo próprio, permitindo que se obtenha reconhecimento numa área sem necessário domínio intelectual, como é no caso das celebridades do estilo de vida saudável, que possuem capital célebre na área e exercem autoridade legitimada sobre um público, mas não reconhecidas pelos estudiosos do campo da saúde, por exemplo, pois não possuem o capital simbólico desse segmento (DRIESSENS, 2013).

Analizado esse poder simbólico do capital célebre e sua habilidade de transitar reconhecimento pelas mais diversas áreas, incluindo aquelas nas quais há pouco a autoridade

de aconselhamento era estritamente acadêmica, paramos para nos questionar o porquê da recente pauta da saúde no discurso de celebridades e no interesse popular, resultando na recorrência do assunto no apelo midiático contemporâneo. Como a saúde configura-se de forma protagonista na contemporaneidade, a forma que os indivíduos a veem como uma marca moral e ferramenta de minimização de riscos são assuntos que analisaremos agora no próximo segmento deste capítulo.

1.4 A SAÚDE NOSOPOLÍTICA

Como vimos em Bauman (1998b), o surto de aconselhamento surge como consequência de um desejo profilático de otimizar as experiências de vida através da minimização de riscos potenciais, sejam eles no tempo de execução de uma tarefa ou nos danos ambientais que pequenas ações podem causar ao longo dos anos. Na questão da saúde contemporânea, o pensamento não poderia ser muito diferente, sendo guiado pela mesma intenção de providência que justifica a existência de estilos de vida saudáveis como uma tentativa otimizada de contra-ataque às estatísticas dos riscos à saúde, ou seja, doenças como câncer, acidentes cardiovasculares, depressão, ricos reais que a sociedade inevitavelmente enfrenta na contemporaneidade são vistos como potencialmente evitáveis, de acordo com as ações do indivíduo ao longo da vida. A saúde, em particular, é uma das instâncias que mais sofreu ressignificação na contemporaneidade, a ponto de se tornar um assunto cotidiano nas mais diversas mídias e também se converter num padrão estético e moral a ser seguido pela população, ou melhor, passou a ser entendido como uma responsabilidade de cada componente individual dela. Esse novo imaginário da saúde como instrumento antagônico à doença surge ainda no século XVIII, onde adotamos de Foucault a designação deste novo pensamento como “nosopolítica” (FOUCAULT, 1979b).

1.4.1 A saúde em oposição ao risco

Segundo os estudos foucaultianos (1979b), antes do século XVIII, políticas de saúde não eram um assunto cotidiano na sociedade, sendo geralmente realizadas por grupos religiosos e filantrópicos, o que perdurou até o momento em que as sociedades científicas passaram a ter interesses quantitativos globais acerca de fenômenos estatísticos como a morbidade. Os interesses capitalistas também reconfigurou as ações filantrópicas, no momento que passou a ver a potencial utilidade das camadas pobres e doentes na nova necessidade de produção, de forma que o controle de patologias seria muito mais eficaz através do novo imperativo da saúde que implantava uma noção de “dever de cada um”, que relaciona a saúde (ou sua respectiva

ausência) como menos um problema a ser remediado pelo Estado, do que um problema individual e social a ser evitado, engajando encargo coletivo e vigilância no cumprimento regular dessa atividade (FOUCAULT, 1979b).

O nome nosopolítica tem seu prefixo originado etimologicamente no equivalente a “tragédia” para a língua grega, ou seja, a população contemporânea não é exatamente guiada por uma proposta de bem-estar geral como defende o discurso do estilo de vida, na verdade, ela é pautada como um instrumento de escape às patologias. O conceito nosopolítico assume que o estado natural a ser atingido é o de doença, portanto, a prática da saúde é uma incansável defesa contra os riscos patológicos, que também refletirão em riscos econômicos e políticos. Podemos dizer que as principais características da nosopolítica refletem, entre todas as outras mudanças do período, principalmente no controle da higiene e a medicalização familiar. O primeiro adveio da nova configuração da medicina como instância de controle social, penetrando nas mais diversas representações de poder e educando a população sobre regras gerais de saúde, não apenas a higiene pessoal e local como também a relação com alimentos, bebida, sexualidade e habitat, o que transforma já a partir de então o médico em um cargo de privilégio social, sendo perito e instrutor no ato de corrigir e manter uma população em estado de saúde. Segundo Foucault (1979b, p. 310):

O médico se torna o grande conselheiro e o grande perito, se não na arte de governar, pelo menos na de observar, corrigir, melhorar o “corpo” social e mantê-lo em um permanente estado de saúde. E a sua função higienista, mais seus prestígios de terapeuta, que lhe assegura essa posição politicamente privilegiada no século XVIII, antes de sê-la econômica e socialmente no século XIX.

A segunda característica que optamos realçar da transformação nosopolítica, acerca da medicalização familiar, será muito importante no entendimento de um dos principais seguimentos do terceiro capítulo deste projeto, pois ela assume o “privilégio da infância” como uma das principais premissas da regência da nova noção de família — não mais vista com foco nos eixos conjugais de transmissão de bens, mas como uma instituição voltada para os filhos, tendo como a saúde um dos seus objetivos obrigatórios, o que Foucault chamou de uma “homeostase da saúde” (FOUCAULT, 1979b, p.305).

Dentre essas novas noções de saúde e consequentes alterações na concepção de outras instâncias sociais, todas essas ramificadas do tronco do biopoder, surge a nova base psíquica da contemporaneidade. Segundo Anthony Giddens (1991a), a segurança ontológica a qual nos

referimos aqui ilustra um fenômeno de cunho emocional ocorrido na maioria dos indivíduos, onde se enraíza no inconsciente uma base de confiança que nos permite literalmente ter fé — e usamos esse termo pelo fato da segurança ontológica ser um processo muito menos cognitivo do que emocional — nos sistemas abstratos que regem nosso meio social. Isso não quer dizer que não há espaço para questionamento individual acerca desses sistemas abstratos, a segurança ontológica apenas permite que o indivíduo não entre em pavor existencial diante da numerosidade de riscos e mortalidade que ele sabe que terá que aceitar durante sua vida (GIDDENS, 1991a). Dito isso, podemos apontar que os principais sistemas abstratos da modernidade passaram a ser entronados por noções científicas e capitalistas, em oposição ao antigo regime religioso que dominava na Idade Média. Como acabamos de discutir no segmento anterior, a contemporaneidade se diferencia de períodos anteriores devido a sua plena consciência do risco, assim como da limitação por parte do conhecimento perito, o que resulta em uma enorme insegurança geral que vira cenário de fundo para a prática de atividades de pontencialização de "lucros", otimização das possibilidades daquilo que pode ser controlado em uma escala individual, pois presume-se que por metonímia todos têm responsabilidade com os riscos e deveriam dar seu melhor na manutenção da sociedade.

O que mais nos interessa neste ponto é observar que a responsabilização da saúde não apenas foi transferida do Estado para o indivíduo, como também passou a ser atributo moral deste, crença recorrentemente reiterada na mídia e nos discursos das celebridades do estilo de vida saudável (SACRAMENTO, 2016). No próximo segmento, nos aproximaremos mais desse fenômeno e como ele reflete no controle do “corpo” previsto nos princípios do biopoder.

1.4.2 A saúde como qualificação moral do indivíduo

Antes de tudo, precisamos analisar o conceito de moral como uma ferramenta de disciplina social, sendo ela limitada à sociedade em que se forma e estando passível a transformações ao longo das mudanças enfrentadas por essa mesma sociedade. Embora crimes e delitos sejam considerados não apenas imorais como passíveis de punição do Estado, a moral em si é muito mais ampla, sendo uma instância de controle e supervisão realizados por e praticados nos componentes individuais de uma população. Mesmo que certos comportamentos imorais não sejam condenados legislativamente, há uma coerção social aplicada aos indivíduos que não se encaixam nas crenças de dever e comportamento. Uma das maiores oposições à moralidade seria o conceito de pecado, tal qual criado na Idade Média, que sofrendo as devidas transformações sociais ao longo do século, não mais é repreendido com uma ameaça divina, porém segue com a soberania da culpabilidade daqueles que o cometem.

Em tempos nosopolíticos, comportamentos contrários ao *slogan* da promoção da saúde são igualmente vistos com o repúdio e a inconveniência aplicada aos pecados, como seria o caso do sedentarismo, por exemplo. Porém, é curioso o fato de que a preguiça, vista como razão do sedentarismo, só surgiu como pecado no século XVII, sendo desonrada para a redenção celestial mas também para o capitalismo emergente, que a traduz como ineficiência e lentidão produtiva (BAGRICHEVSKY *et al*, 2007). O pecado da vaidade, por sua vez, sofre uma enorme inversão de valores na modernidade, no momento que reitera o imaginário do "cuidado de si" e passa também a gerar capital para a indústria.

Na contemporaneidade, o discurso preventista epidemiológico traz aos indivíduos dimensões responsabilizantes e persecutórias na promoção da saúde geral através do comportamento pessoal. A aversão aos riscos fomenta o atual imperativo ético predominante, que é apoiado pela cultura midiática e pelos discursos científicos (BAGRICHEVSKY *et al*, 2007). Não devemos esquecer que a pressão que é feita em cima de cada indivíduo torna-se três vezes pior no caso daqueles cuja imagem — que socialmente é muito mais relevante na cultura do espetáculo — denuncia um conjunto de associações imorais, como é o caso de pessoas obesas, que por não seguirem o padrão imagético da saúde midiática são vistas como pessoas incômodas, irresponsáveis e preguiçosas.

Claro que não está para discussão o fato de que uma boa alimentação e prática de exercícios trazem benefícios inúmeros para a saúde individual e consequentemente coletiva. A questão que gostaríamos de criticar aqui é o enfoque na responsabilização do indivíduo na promoção da saúde, quando muitas vezes há problemas macroestruturais e diferenças sociais que vão além do poder de ação pessoal. Também é bom salientar que a mídia lucra bastante com essa culpabilização da imagem, vendendo inúmeros produtos, editoriais e programas que defendem a perda de peso como sinônimo de superação e felicidade (BAGRICHEVSKY *et al*, 2007).

Esse controle que é exercido sobre o corpo individual também é uma característica da sociedade biopolítica, onde a modificação dos corpos oferece caminho para o controle de todo um corpo social. No caso do estilo de vida saudável, raramente o conhecimento empírico será legitimado sem a respectiva imagem, ou melhor, aparência de um corpo esbelto adquirido através de uma alimentação planejada e exercícios físicos e, embora métodos de controle comportamentais ascéticos tenham surgido muito antes da modernidade, os regimes religiosos não tinham menos função disciplinante que os atuais regimes médicos (TURNER, 1991).

Bryan Turner (1991) defende que a dieta é uma das práticas mais comuns de controle do corpo, sendo utilizada tanto na religião como no discurso científico. O autor estuda o caso

de um médico obeso do início do século XVIII, George Cheyne (1671-1743), que poderíamos ilustrar como um dos verdadeiros precursores dos peritos do estilo de vida saudável. Cheyne, que antes era obeso e mudou a vida através da dieta, passou a dar assistência a seus pacientes através de aconselhamentos que incluíam esporádicos atos bulímicos e outras dicas consideradas absurdos na sociedade contemporânea. Esses conselhos alimentares, antes direcionados à aristocracia, foram ampliados a noções nutricionais mais complexas apenas no século XIX, com o interesse do Estado em otimizar a produtividade da população pobre e carcereira através de uma visão racional que decompunha a alimentação em proteínas, vitaminas, fibras e calorias (TURNER, 1991). É nessa nova visão positivista da alimentação e todo o contexto moral a ela aplicada que adentraremos a última seção deste capítulo, estudando todo o contexto contemporâneo dos alimentos e como eles são instrumentalizados em discursos de identidade por parte dos indivíduos, sendo a alimentação — muito além de uma necessidade humana — um produto cultural e comunicacional.

1.5 A ALIMENTAÇÃO COMO RECURSO COMUNICACIONAL

1.5.1 A linguagem dos alimentos

Nos dias atuais, é completamente impossível desassociar a alimentação à sua conotação nutricional, assim como sua relação na promoção ou ameaça à saúde. Porém, seria muito desatencioso de nossa parte não dedicar o devido respeito a essa necessidade que não é apenas fisiológica como essencialmente comunicativa e cultural, formando uma própria linguagem em si, que está presente desde os primórdios de qualquer formação social.

A alimentação foi estudada por diversos teóricos de diferentes metodologias de abordagem, sempre reconhecida como uma das principais linguagens sociais. Lévi-Strauss, teórico estruturalista, defendia que o gosto e a aceitação do comestível eram culturalmente conformados em “gustemas” sociais, em alusão aos fonemas da língua, focando na forma final do alimento como uma transformação da natureza pela cultura, instrumentalizada na cozinha. O autor defendia que a comida era “boa para pensar, então boa para comer”, referindo-se ao fato dos alimentos primeiro serem associados como comestíveis pela significação social para depois poderem ser consumidos (LEVI-STRAUSS, 1965 *apud* CONTRERAS; GRACIA, 2015a). Barthes (BARTHES, 1975 *apud* CONTRERAS; GRACIA, 2015a) por sua vez, foca no sentido saussuriano expresso na semiologia, onde os alimentos são vistos como significado, identidade e necessidade, desde as substâncias até os hábitos e técnicas de preparo:

Alimentar-se, para esse semiólogo, é uma conduta que se desenvolve para além de seu próprio fim, de forma que a alimentação não serve apenas para nos indicar determinados temas ou usos, mas para destacar situações e, definitivamente, modos de vida. (CONTRERAS; GRACIA, 2015a. p 59)

A aproximação pós-estruturalista, que é a principal abordagem metodológica deste projeto, não enquadra, por sua vez, os hábitos alimentares em causas materiais ou culturais sem incluir propostas de interacionismo da própria subjetividade do indivíduo nesse processo, criticando a negligência objetivista em relação às margens de escolha oferecidas aos agentes individuais. Ainda segundo os estudos de Jesus Contreras e Maribel Gracia (2015a. p 93):

Outorga-se um interesse notável aos diferentes lugares de atividade onde se experimenta e se expressa o fato alimentar (cultura popular, textos, relatos individuais). Acentua-se o estudo do corpo como um lugar de significado crucial para a compreensão dos processos de identidade e saúde. Favorece-se a análise da identidade e da subjetividade por meio dos estudos alimentares. E, finalmente, ressalta-se a fragmentação dos modelos de consumo, e não sua coerência em termos econômicos e culturais, e as contradições entre a globalização e a diversidade de mercados alimentares às quais estão submetidos os consumidores contemporâneos.

Vemos aqui que a alimentação é sim instrumentalizada nas mais diversas funções socioculturais, porém isso não significa que se trata de uma mera ferramenta comunicacional, pois no momento em que é uma linguagem em si, possibilita diversas trocas de sentido sem necessário uso da escrita ou do próprio discurso oral, sendo a primeira aprendizagem social do ser humano. Obviamente, não deixa de ser uma necessidade e a sua privação pode causar diferentes associações de acordo com o cenário de um grupo ou indivíduo. Falamos isso porque em um mundo onde infelizmente milhares de pessoas passam fome, a abordagem da alimentação saudável como discurso moral de responsabilidade individual pode soar muito ingênuo ou negligente se não delimitarmos que esse estudo limita-se à sociedade ocidental contemporânea, principalmente classe média e alta, consumidora das informações divulgadas em mídias segmentadas e de grande público. Ainda devemos ressaltar, como melhor o faremos no próximo capítulo, que mesmo sob equivalente premissa de promoção à saúde, cada grupo de identidade, seja de classe social, etnia ou crença fundamental, está vulnerável as próprias construções sociais acerca do que é uma alimentação saudável ideal. Dito isto, podemos

prosseguir por enquanto nosso caminho acerca do papel fundamental da alimentação como narrativa de diferenciação individual e comportamento profilático na contemporaneidade nosopolítica. Além desses enfoques do projeto, exibimos à frente, no Quadro 1, uma lista de interações físicas e comunicacionais praticadas através da interação com os alimentos.

1. Satisfazer a fome e nutrir o corpo.
2. Iniciar e manter relações pessoais de negócio.
3. Demonstrar a natureza e a extensão das relações pessoais.
4. Proporcionar um foco para as atividades comunitárias.
5. Expressar amor e carinho.
6. Expressar individualidade.
7. Proclamar a distinção de um grupo.
8. Demonstrar o pertencimento de um grupo.
9. Superar estresses psicológicos ou emocionais.
10. Significar *status* social.
11. Recompensas e castigos.
12. Reforçar a autoestima e ganhar reconhecimento.
13. Exercer poder político e econômico.
14. Prevenir, diagnosticar e tratar doenças físicas.
15. Prevenir, diagnosticar e tratar doenças mentais.
16. Simbolizar experiências emocionais.
17. Manifestar piedade ou devoção.
18. Representar segurança.
19. Expressar sentimentos morais.
20. Significar riqueza.

Quadro 1 — Funções socioculturais da alimentação

Fonte: CONTRERAS, Jesus; GRACIA, Mabel. 2015b. p.128

Como podemos observar no Quadro 1, basicamente todos os itens listados recapitulam aspectos que estamos analisando desde o início deste projeto, poderíamos visualizar melhor se pensarmos quais dessas funções socioculturais da alimentação são utilizadas nos conceitos que já trabalhamos. Podemos dizer que as premissas nosopolíticas do biopoder e do "governo de si", por exemplo, são comunicáveis através dos itens 1, 4, 9, 11, 12, 13, 14, 15, 18 e 19. Sendo o item 1 utilizado numa visão bioquímica e funcional dos alimentos, o 4 e o 13 no engajamento e/ou vigilância social e estatal acerca do tema da saúde, o 11, 12 e o 19 na culpabilização e/ou reconhecimento da alimentação saudável como mérito moral do indivíduo, e os itens 9, 14, 15 e 18 como premissa da minimização dos possíveis futuros riscos à saúde pública e pessoal

(lembrando que saúde mental também é saúde, principalmente em uma sociedade acometida pela íngreme ascensão de quadros depressivos e de ansiedade). Não parando por aí, os tópicos 2, 3, 6, 7, 8, 10 e 20 são extremamente aplicáveis na sociedade do espetáculo contemporâneo, onde as pessoas utilizam de forma exibicionista a alimentação saudável como narrativa de autenticidade e diferenciação individual. Ainda seriam possíveis várias outras combinações de tópicos para ilustrar como se dá a relação entre a pessoa, a sociedade e a saúde traduzida naquilo o que se come, mas isso já pretendemos fazer adiante na análise de nosso objeto de estudo, portanto, prossigamos com a análise do ato alimentar na sociedade do estilo de vida saudável.

1.5.2 A alimentação na saúde

Como vimos anteriormente, a saúde na contemporaneidade é pautada em cima da profilaxia de riscos, não apenas aqueles relacionados à saúde em si, mas todos os riscos econômicos, políticos e ambientais que poderiam resultar do mau governo da saúde individual, como se esta fosse uma espécie de peça inicial na teoria do caos determinístico que habita a sociedade nosopolítica. Logo, o controle da alimentação não poderia fugir à promoção da saúde, tendo em vista sua fundamentalidade no processo, porém, a discussão a seguir não se trata do fato de que a qualidade de uma alimentação afeta diretamente a saúde de qualquer indivíduo, trata-se de uma análise da vigilante crença social acerca da administração alimentar, justificada através de riscos que são mais culturalmente construídos do que prováveis em uma relação lorenziana de efeito borboleta.

Em países industrializados, a segurança alimentar uma vez se limitara aos riscos de contágio e infecção que poderiam ocorrer devido à deficiência sanitária no consumo de alimentos (CONTRERAS; GRACIA, 2015c). Hoje, contudo, os enfoques que vimos em Giddens (1991a) e Bauman (1998a) mostram uma preocupação moral e ecológica acerca do consumo, que é facilmente aplicada nos processos alimentares advindos de uma série de etapas industrializadas e “invisíveis”.

Nessa perspectiva, os riscos relacionados aos alimentos são da mesma ordem de outras ansiedades próprias das sociedades contemporâneas. Assim, os temores ou as preocupações com os riscos devem ser considerados como respostas relativamente lógicas a algumas das consequências da organização da produção e das aplicações tecnológicas, na medida em que podem ter dado lugar à degradação ambiental como consequência de uma aplicação sistemática e generalizada de pesticidas, fertilizantes ou mesmo da

manipulação genética, por exemplo. Assim, em alguns casos, os alimentos processados foram apresentados como produtos perigosos para a saúde na medida em que seu “processamento” pode ter significado a perda de fibras ou de vitaminas ou ter aumentado seu conteúdo de gorduras, açúcar ou sal; também, simplesmente, pelo aumento de alguns componentes “químicos” cujos efeitos sobre a saúde podem ser pouco conhecidos: o emprego mais ou menos generalizados dos chamados ‘aditivos’.

Do mesmo modo, e de forma paralela, a indústria alimentícia é percebida e apresentada, sobretudo, como um agronegócio, destacando, sobretudo, sua dimensão empresarial, para qual o que mais importa é o lucro, ainda que em detrimento da qualidade do que se produz ou do bem-estar dos animais. Por sua vez, os governos são vistos mais como os protetores desse negócio, resistentes a introduzir ou fazer cumprir as necessárias regulamentações destinadas a garantir a segurança dos alimentos produzidos.

Nessas sociedades modernas, os *experts* (cientistas, especialistas, técnicos, responsáveis, etc.) identificam as causas e o alcance dos riscos e propõem soluções para sua gestão, porém, devido às situações de risco, a discrepância entre eles é mais frequente do que o acordo. Essa falta de acordo é, frequentemente, percebida como a “demonstração” de que os *experts* opinam em função de seus interesses, não necessariamente científicos, e o dos interesses daqueles que representam, o que coloca em dúvida sua credibilidade. Assim se apresentam a controvérsia e ao debate, e também a reflexão: nas sociedades modernas as pessoas pensam sobre os riscos, refletem até que ponto são evitáveis ou até que ponto se deve, pode ou quer viver com eles.

Os indivíduos, por sua vez, com sempre, gerem os riscos de maneira coletiva ou individual e tentam responder a eles de modo racional. Assim, por exemplo, diante da possibilidade de que certos alimentos estejam contaminados, as pessoas podem deixar de consumi-los, total ou parcialmente, temporal ou definitivamente. Podem ser modificados os conteúdos das classificações existentes sobre os alimentos, por exemplo, sobre os alimentos considerados “bons” e “maus”. Podem introduzir categorias novas como “artesanal”, “puro”, “natural”, “de confiança”, etc. Por outro lado, na medida em que as empresas, as administrações, os cientistas... podem perder credibilidade, os indivíduos reagem criando novas instâncias que possam contribuir para o aumento da segurança: movimentos ou organizações mais

ou menos informais ou “não governamentais”, associações ecológicas, organizações para defesa dos “consumidores” etc.

Essa abordagem, representada por autores como Giddens e Beck, centrou-se, sobretudo, nas respostas sociais ou individuais adotadas quando se conceitua e analisa o risco derivado da industrialização. Esse tipo de enfoque corre paralelamente a certa ‘ecologização’ dos discursos políticos. (CONTRERAS; GRACIA, 2015c. p 354-355)

Deborah Lupton (1996a) também aborda a temática dos processados e seu papel controverso no discurso de promoção da saúde. A autora ilustra o público consumidor contemporâneo como mais avisado acerca das implicações salutaras da alimentação, assumindo que uma dieta correta é garantia de vigor e longevidade. Há também a crença de que os efeitos dessa escolha dietética são explicitamente reiterados no corpo do indivíduo, que é visto como uma máquina orgânica cuja manutenção e “combustível” são de responsabilidade de seu dono.

Nas pesquisas realizadas pela autora, houve também entrevistas de diversas pessoas de variados gêneros, idade e classe social da população inglesa. Os resultados mostraram que o ideal de “comida saudável” resumia-se a alimentos não processados, exemplificados como frutas, saladas, carnes magras e pescados. Os entrevistados disseram que maior parte dessa responsabilidade com a alimentação só lhes acometeu como adultos, estando mais bem informados sobre o conteúdo dos alimentos. Vários deles disseram que essa consciência os faz optar por comidas consideradas mais saudáveis, mesmo que prefiram outros alimentos mais prazerosos como aqueles gordurosos ou ricos em açúcar. Muitos também defenderam que esse policiamento é válido no momento em que o resultado é sentido no próprio corpo, o que requer observação e autoconhecimento, ou seja, **uma validação pessoal e empírica do argumento**. Podemos então perceber que, mesmo que o conteúdo nutricional seja central na defesa do que é um alimento saudável, o conhecimento empírico não se afasta do discurso científico dominante, pois as expectativas acerca de como determinada substância afeta o corpo são plenamente baseadas na experiência de cada qual (LUPTON, 1996a).

O fato das pessoas acreditarem e saberem que o que elas consomem pode as afetar muito depois de comer acarreta muita insegurança e responsabilidade difíceis de lidar em um mundo onde a comida que chega ao prato passou por uma sequência de alterações ocultas e que podem ser fator decisivo à saúde futura. Em meio a esse processo, surgem várias vertentes de apoio a essa necessidade de tomar controle em um mundo com diversas dilemas morais e existenciais circundando as práticas de consumo. A saúde holística, por exemplo, muito presente em

discursos de celebridades do estilo de vida saudável, defende que os processos industriais transformam a comida em não-alimento. Lupton (1996a) avalia a publicidade de alimentos ditos saudáveis, observando um apelo associativo da saúde com o natural, o bucólico, o verde presente em embalagens e propagandas que são postos em oposição à vida urbana na qual todo o consumo desses alimentos se dará presente. A autora também ressalta que a oposição entre natural e processado é central no julgamento de um alimento como saudável ou prejudicial, porém até esta crença do natural não deixa de ser uma construção social que nem sempre leva em conta as próprias condições de produção e distribuição desse tipo de alimento. Lupton justifica que essa ocultação seletiva de informações se dá menos por ingenuidade da população e interesses midiáticos do que pelo conforto e segurança trazidos por essas oposições binárias e maniqueístas como o bom e o mau, o pantógeno e o remédio, tornando mais fácil o estabelecimento da segurança ontológica no cotidiano contemporâneo.

Aproximando essa realidade a um contexto nacional, Oliveira-Costa e Mendonça (2016) realizam um estudo de como a alimentação saudável passou a pautar discursos de imprensa e políticas públicas no território brasileiro, que já obteve muitas melhoras no padrão alimentar devido a políticas de inclusão social e diminuição da pobreza, fome e desnutrição, fatores pouco frequentes em países desenvolvidos e que merecem nosso ressalve. Porém, os novos riscos à saúde, acentuados pela alimentação, como sedentarismo e sobrepeso, preveem um íngreme aumento de doenças crônicas não transmissíveis como diabetes e hipertensão em camadas cada vez mais jovens da população.

Em 2011, o Ministério da Saúde avaliou que entre as oito intervenções mais custo-efetivas apresentadas pela Organização Mundial da Saúde (OMS) na promoção da saúde, quase metade considerava a mudança de hábitos alimentares como mais vantajosas, seguidas por outras intervenções de baixo custo que incluía restrições no marketing (principalmente infantil) de alimentos com muito sal, gordura e açúcar (OLIVEIRA-COSTA; MENDONÇA, 2016).

Da mesma forma que a culpabilização do indivíduo nos parece uma resolução simplista e insatisfatória, acreditar que o Estado manipula este pensamento para se ver livre de seus deveres é um pensamento igualmente voltado ao vilanismo, que recusa assumir um problema em sua devida complexidade de atores e consequências. No Brasil, as políticas públicas acerca da alimentação não foram exatamente tímidas, nem limitaram-se a um período fixo onde a abordagem midiática estivesse mais focada no tema, o que talvez não seja um argumento tão válido considerando que é a saúde é uma pauta fixa na contemporaneidade. Porém, houve efetividade no incentivo à educação alimentar nas cantinas e merendas escolares, regulação da propaganda de alimentos infantis, principalmente na televisão aberta, publicação do Guia

Alimentar para a População Brasileira, tendo sido distribuído para as equipes de saúde da família, ONGs e imprensa, entre outras ações que promoviam a alimentação saudável como assunto fundamental na sociedade (BUSS; CARVALHO, 2008 *apud* OLIVEIRA-COSTA; MENDONÇA, 2016).

No caso da publicidade infantil, e isso não apenas no ramo alimentício, sua regulamentação têm sido alvo de debate em diversos países desde a 63ª Assembléia Mundial da Saúde, realizada pela OMS em maio de 2010. Em 2014, foi aprovada no Brasil a Resolução 163 do Conselho Nacional dos Direitos da Criança e do Adolescente (Conanda), que declarou como abusiva qualquer publicidade direcionada a crianças de até 12 anos¹. Porém, mesmo com o poder normativo e legitimidade jurídica da Resolução, a prática publicitária focada no público infantil continua em outros meios de comunicação, como em jogos digitais, canais infantis privados e nas próprias embalagens nas gôndolas do supermercado. E isto serve apenas para lembrar os discursos midiáticos de que há mais mistérios na promoção da saúde do que sonha a vã filosofia do vilanismo e da culpabilização.

Torna-se curioso então, em uma realidade de guerra de conteúdos, analisar até onde essa interpretação acerca da alimentação saudável realmente se traduz em uma decisão resultante de uma efetividade na reeducação alimentar — levando em mente suas consequências político-econômicas e sociais — ou se nada mais é do que uma resposta de comportamento social resultante desse exaustivo bombardeamento de conteúdo contraditórios pautados nas mesmas premissas de promoção à saúde (BERTRAN, 2014 *apud* OLIVEIRA-COSTA; MENDONÇA, 2016).

O que pautaria esta última possibilidade, por exemplo, seria justamente o pensamento generalizado de que o corpo, sendo magro, tonificado ou gordo, assume por si só padrões moralizantes do indivíduo, justificados no discurso da saúde. Porém ignora-se que muitos magros e tonificados podem obter esse resultado por práticas prejudiciais como distúrbios alimentares e uso de anabolizantes, enquanto pessoas "acima do peso" podem muito bem praticar uma alimentação balanceada e possuir todas as taxas sanguíneas regulares. Nesta questão estética da saúde, não é apenas a imprensa brasileira que adota o discurso pouco apropriado de que a saúde só pode resultar em um corpo magro e sensual, fomentando a crença de que quem não está nesse padrão, certamente é responsável por esse “fracasso” (OLIVEIRA-COSTA; MENDONÇA, 2016).

¹ Dados obtidos e anteriormente utilizados no artigo *A obesidade infantil e as olimpíadas da culpa* (2016). Disponível em : <<http://saudenamidia.icict.fiocruz.br/obesidade-infantil-e-olimp%C3%ADadas-da-culpa>>

Mas não apenas de revistas de boa forma e programas de transformação do corpo é que vive o discurso da saúde alimentar. Na verdade essas exemplificações não representam, por exemplo, nem metade dos campos políticos e sociais que a alimentação saudável abrange nas narrativas dos especialistas do estilo de vida. Não podemos também concluir esta análise sobre alimentos na cultura midiática nosopolítica sem salientar uma de suas áreas de peritagem, a gastronomia, cujo aconselhamento injuntivo e coloquial em muito origina o discurso dos *lifestyle experts*.

Diferentemente da área de nutrição, a gastronomia é uma expertise da alimentação focada no prazer que pode ser alcançada e reconhecida por meios de aprendizagem empírica, não necessitando um certificado acadêmico, embora isso não exclua o fato de que existem inúmeras e respeitáveis instituições gastronômicas oficiais. A gastronomia é um campo que há muito possui interesse midiático, seja em impressos de receita ou em programas televisivos de *chef s* da alta cozinha ou da cozinha cotidiana; na realidade, é uma área midiática de tanta abrangência que muitos desses programas não focam em aconselhamento culinário em si, havendo vários *reality shows* e competições culinárias que envolvem doces, pratos *gourmet* e até cozinheiros mirins. Mas esse espetáculo gastronômico, que é “comido com os olhos” (JACOB, 2013) por seus telespectadores, sem obrigatoriamente sugerir que estes pratiquem novas habilidades culinárias, também não possui o apelo intimista das celebridades de programas voltados para a prática da cozinha, que pela abrangência de públicos, pode adotar um discurso identitário, natural, hedonista, etc. Se o público desses programas realmente tenta todas as receitas em casa e não apenas as “come com os olhos”, não é o aspecto que nos interessa na comunicação e intimidade que é ali cativada pelo apresentador em relação aos seus ouvintes. A suposta interação desses quadros é particularmente mais direta ao público, tendo uma informalidade característica, cativante e um discurso mais influente, não raramente transformando seus apresentadores em celebridades do estilo de vida. O ambiente intimista do que simula ou às vezes realmente corresponde à cozinha do apresentador colabora com esse simulacro de familiaridade e muitos seguidores desses *chef s* do estilo de vida, passam a “comer alimentos para devorar grifes” (JACOB, 2013,p.197).

É claro que nos discursos das celebridades do estilo de vida saudável, a alimentação é sempre um tópico essencial e, embora a divulgação de uma atitude pessoal de determinada celebridade já possa ser considerada uma forma de aconselhamento ou influência, nem todos os peritos no estilo de vida possuem esse enfoque nos alimentos e nas suas consequências e responsabilidades para além da saúde. Porém, esse enfoque também não é escasso quando a peritagem essencial de uma celebridade do estilo de vida resulta de suas habilidades culinárias,

no lugar focal do que poderia ser seu corpo e rotina de exercícios, por exemplo. É com esta segmentação alimentar da expertise no estilo de vida que nós delimitamos nosso objeto de estudo para melhor analisar seu campo de influência e atuação, além de estudar seu discurso dentro das condições político-sociais da contemporaneidade. O próximo capítulo deste projeto será agora dedicado à metodologia utilizada nesta análise, assim como maiores especificações acerca de nossa coleta de dados e escolha do estudo de caso.

2 METODOLOGIA

Nesta seção, explicaremos como houve a estruturação da nossa pesquisa, assim como a seleção dos *clippings* nela analisados, levando em consideração as redes sociais de veiculação e o período de coleta dos dados. Gostaríamos de salientar que nosso objetivo geral de análise — a alimentação como narrativa diferenciativa no discurso de celebridades— não possuía desde o princípio a segmentação rotular que listaremos agora. Ressaltamos isso porque a parte mais curiosa deste projeto foi observar o material durante o período de coleta para só então, depois, analisar quais temáticas discursivas eram relevantemente reiteradas na narrativa da celebridade. Este paciente estudo resultou na delineação de cinco objetos específicos de análise:

- I. Discursos que associem a alimentação saudável a aspectos qualificativos do indivíduo em relação a si mesmo.
- II. Assuntos acerca do poder de mobilização política da celebridade.
- III. Discursos que atrelem a alimentação saudável à causas sociais e de sustentabilidade.
- IV. Discursos que associem a alimentação saudável como responsabilidade do indivíduo para com sua família, focando na relação de cuidado entre pais e filhos.
- V. Discussões acerca da autoridade profissional da celebridade em relação ao seu aconselhamento na área de saúde.

Ressaltemos apenas que, nos tópicos acima, todas as relações citadas possuem em seu conteúdo uma conexão intrínseca entre a saúde e questões morais do indivíduo, e que, os primeiros quatro dos cinco itens, se posicionam acerca de edificações qualificativas do que chamamos de estilo de vida. Mas, como já nos familiarizamos com esses conceitos nas reflexões teóricas do primeiro capítulo, deixaremos sua retomada para o estudo de caso no próximo capítulo.

1.1 MÉTODO

Como adotamos um método de análise do discurso, escolhemos a metodologia qualitativa em detrimento da quantitativa devido ao melhor caráter exploratório da primeira. Por se tratar de um projeto analítico de interpretação crítica subjetivamente fundamentado, não temos a intenção de expandir nossos resultados para uma generalização amostral. Como nossa meta de estudo é uma análise profunda do tema sugerido, a pesquisa qualitativa nos auxilia no

momento em que possibilita a identificação de variáveis essenciais que podem, posteriormente, tornar-se úteis na elaboração de perguntas e colocações de novos problemas. Por sua vez, nada impede que essas conclusões encontradas qualitativamente possam, também, ter suas informações futuramente refinadas e somadas ao uso de outros métodos de pesquisa (GOUBIL-GAMBRELL, 1992).

A análise do discurso em uma dada sociedade, para Foucault (2010), equivale ao estudo das relações de controle, limitação e validação de poder presentes nessa iniciativa. Para o autor, o discurso é a reprodução do imaginário social do grupo em que é exercido, perpetuando valores da sua sociedade. O poder de dominação do discurso o transforma em objeto de busca pelo seu caráter significante, porém também há em sua estrutura espaço para leitura e troca de signos (FOUCAULT, 2010, p.49).

Por estar intrinsecamente relacionada ao sistema de signos, a prática discursiva também está limitada aos contextos social, econômico, geográfico, político e essencialmente histórico em que se encontra, fazendo de seu estudo uma espécie de “arqueologia” voltada para a interpretação da linguagem dentro de todo o regime de verdade em que ela se localiza no dado recorte de análise (FOUCAULT, 1972).

Ainda nessa visão pós-estruturalista, Bourdieu (1989) volta sua teoria científica para o que ele define como *‘habitus’*, um conceito de disposição inconsciente e cambiante de sociedade para sociedade, que se opõe ao antagonismo do senso comum e do conhecimento científico, mediando o determinismo de uma estrutura social com a liberdade de escolha do indivíduo. Isto é, não veremos neste estudo um indivíduo “refém” de sua realidade, mas a realidade como parte essencial do indivíduo na hora de construir suas verdades e fazer suas escolhas.

Portanto, agora que estamos situados na abordagem conceitual deste projeto, podemos prosseguir para a nossa técnica de amostragem e coleta de dados realizada a partir do nosso estudo de caso. Todos os critérios teóricos até aqui apresentados, incluindo os conceitos do capítulo 1, serão agora essenciais para entender a interpretação dos casos que analisaremos neste projeto. Mas, antes de agirmos com postura crítica ao conteúdo dos dados coletados, explicaremos agora a orientação seguida na nossa técnica de amostragem, disponibilizando o detalhamento da composição deste trabalho.

1.2 ANÁLISE E COLETA DE DADOS

Para aplicação de nossos estudos teóricos, analisaremos um estudo de caso focado na apresentadora e *chef* de cozinha Bela Gil. Podemos afirmar que nosso objeto de estudo

corresponde à persona midiática desta celebridade do estilo de vida saudável, que passou a ter grande visibilidade por apresentar uma gastronomia alternativa em contraposição aos programas culinários mais antigos, enveredando por um viés de cozinha ‘natural e saudável’.

A escolha da apresentadora foi feita no início de 2015, quando, devido ao seu discurso de estilo de vida e polêmicas em relação à sua autoridade como profissional do campo da nutrição, sua visibilidade passou a contemplar não apenas o nicho de seus seguidores como também a perpetuou com personalidade célebre característica no atual imaginário social brasileiro. Bela Gil, desde então, tem sido pautada na mídia, participando de diversas entrevistas em variados campos comunicacionais, inclusive originando a produção orgânica de conteúdo humorístico digital, no momento em que seu discurso e seu programa geraram diversos “memes”, que possuem sua aplicação tanto em assuntos cotidianos como em opiniões políticas dos internautas.

Bela Gil é filha do músico, compositor e ex-ministro da cultura, Gilberto Gil, e apresenta, desde 2013, o programa Bela Cozinha no canal por assinatura GNT, que em 2015 estava entre um dos cinco programas mais vistos no horário noturno da TV paga entre o público feminino com mais de 18 anos. Porém, ainda que achemos necessário explicar o cenário de atuação da celebridade, a fonte de coleta de dados que escolhemos não foi baseada essencialmente em seu programa por não se tratar de uma plataforma de narrativa pessoal muito relevante como discurso de diferenciação do indivíduo. A proposta desse projeto buscou discursos empíricos sobre a alimentação saudável como uma ferramenta de transformação social, política, econômica e individual, encontrando nas redes sociais da celebridade um conteúdo recorrente neste tema, tendo em vista que a apresentadora, ou possivelmente sua assessoria, busca construir um perfil sólido e afirmativo de valores pessoais como se é esperado e proposto a qualquer usuário deste tipo de plataforma.

Entre as redes sociais disponíveis, podemos dizer que o *Instagram* foi a mais relevante neste processo devido a sua maior regularidade nas postagens e por ser uma rede de representação do ator social no ciberespaço, onde o qual constrói e regula a imagem que deseja de si irradiar (CARRERA, 2012). Redes de propósitos similares como o *Facebook* e o *Youtube* também foram usadas de forma complementar à pesquisa, assim como reportagens relacionadas e propagandas realizadas pela *chef* de cozinha durante o período de coleta.

O período de coleta, inicialmente, deveria ser limitado ao intervalo entre janeiro de 2015 e janeiro de 2016, onde houve acompanhamento e clipagens de postagens do *Instagram* de acordo com as narrativas que iam se destacando no processo. Podemos afirmar que durante o período total de clipagem, o “capital de visibilidade” da apresentadora demonstrou íngreme

crescimento, tendo iniciado este projeto com 244mil seguidores no *Instagram* e concluído com mais de 1 milhão ao longo do período. Porém, durante o acompanhamento analítico dos dados coletados na pesquisa, fomos surpreendidos pela emergência de um tópico o qual não esperávamos. O fato da apresentadora ter engravidado durante nosso período de observação nos rendeu inúmeras narrativas acerca do julgamento moral da saúde, agora não apenas como virtude do indivíduo como também da qualificação parental, no caso, da mãe, desde seus hábitos na gravidez até a amamentação e cuidados posteriores com a alimentação da criança. Decidimos então prolongar o período de coleta de dados no *Instagram* até o parto da *chef* de cozinha, em meados de 2016 e, a partir de então, fechamos nossa coleta em julho de 2016 e selecionamos nossas figuras entre as mais de 1000 postagens que acompanhamos durante esse período no perfil da celebridade. Tanto fomos felizes nesta escolha, que o tema não apenas progrediu no cenário do estilo de vida como segmentou para si, dois meses depois do fim de nossa coleta, parte do canal do *Youtube* da apresentadora (*Canal da Bela*), com subtítulo de “Bela Maternidade”, onde há quadros sobre merendas escolares para a filha mais velha, papinhas de bebê para o recém-nascido e opiniões e experiências da celebridade em relação à maternidade, parto humanizado (com disponibilização da filmagem do seu próprio trabalho de parto), etc. Devido a esta possibilidade de análise mais aprofundada, podemos dizer que abrimos uma segunda fase na coleta de dados, etapa já não mais focada no *Instagram* e sim no discurso pessoal recorrente que a apresentadora revela nos seus periódicos vídeos no *Youtube*. Essa segunda fase de coleta serviu mais como um apoio ou enriquecimento dos discursos que delineamos na análise, limitando esse segundo período de amostragem de outubro de 2016 a maio de 2017.

Agora que clarificamos nossa base analítica e nossos critérios de seleção da amostragem, podemos, finalmente, avaliar nosso estudo de caso de acordo com todos os conceitos trabalhados ao longo deste projeto. A próxima etapa deste estudo seguirá uma divisão similar a dos tópicos de discurso que realizamos no início deste capítulo, sendo eles acoplados ou segmentados devido a respectivas semelhanças ou particularidades ao longo da análise. Posteriormente, também deixaremos disponível em anexo outros dados e figuras selecionadas ao longo desta pesquisa, pois, mesmo que seu uso no corpo do texto tenha sido evitado para não resultar em uma análise redundante e cansativa, esses anexos contribuem na reiteração e melhor entendimento da argumentação realizada ao longo deste projeto.

3 ANÁLISE E INTERPRETAÇÃO DE DADOS

3.1 A SAÚDE COMO QUALIDADE MORAL DO INDIVÍDUO

3.1.1 O indivíduo e a marca

Em nossa coleta de dados baseada na conta do *Instagram* da *chef* de cozinha Bela Gil, podemos ilustrar um claro protagonismo da narrativa do poder individual no discurso da celebridade, associando a ação pessoal como capacitária na modificação do macro-ambiente



social:

Figura 1 — Post sobre o poder de mudança do indivíduo

Fonte: Conta oficial do Instagram de Bela Gil. *Clipping* realizado 14 de julho de 2016

Na Figura 1 e em várias outras postagens acompanhadas ao longo da coleta, observa-se o uso recorrente de termos como “autoconhecimento” e “bem estar”, correlacionados respectivamente sob a interação de causa e consequência. O discurso mostra que ao indivíduo confere não apenas uma responsabilidade prática acerca de sua própria saúde (e consequente felicidade), como também uma responsabilidade moral, já que todas suas ações não são apenas atos e sim provas qualificativas de seu próprio caráter. Em personalidades midiáticas, como é o caso acima, essas atitudes edificam a imagem da celebridade para seu público e, graças à

exposição de sua função, a esses indivíduos (ou à persona midiática desses indivíduos) serão sempre destinados maior número tanto de louvores, quanto de críticas.

Outro aspecto relevante na Figura 1 é direcionar o olhar para o lado direito da imagem, na seção de comentários do público. Em um dos comentários, a usuária de conta ‘pri_braganca’ critica a posição da celebridade como uma suposta hipocrisia da persona da *chef* de cozinha. No excerto, a internauta declara: “ [...] Diante do momento de crise e endividamento dos brasileiros, vc [*sic*] usa sua imagem para um banco ganhar mais e mais dinheiro e bater mais um record [*sic*] de lucro. Sinceramente não esperava isso de vc [*sic*]. Pense na **autorresponsabilidade** (grifo nosso). Boa Tarde.”.

A crítica da internauta se refere a um comercial do banco Bradesco o qual Bela Gil participou em 2016². No discurso, a seguidora reforça um julgamento moral em relação a apresentadora e utiliza da culpabilização individual para relacionar a atitude da *chef* a uma suposta irresponsabilidade macro-social. Interessante notar que o discurso da seguidora é coloquial e, mais que isso, revela um nível de intimidade e **confiança**, que é 'perdida' por parte da seguidora de uma forma similar ao término de uma amizade. A associação da imagem da celebridade a um banco privado acarreta à persona célebre características da marca (SIBÍLIA, 2008), atribuindo valores simbólicos que podem reiterar ou entrar em conflito com a imagem que o indivíduo expõe de si.

Mais tarde no mesmo ano, a apresentadora discorreu sobre o tema do marketing dos produtos aos quais vincula a sua imagem em entrevista acerca do então futuro programa de *reality show* (estreado em março de 2017 com o título de ‘Vida + Bela’), que protagonizaria para a GNT: “Já tive convites para lançar outros produtos e poderia ter ganhado muito dinheiro. Mas você não vai ver uma linha de congelados assinada por mim, por exemplo. Não combina com o meu discurso.”³

Não podemos deixar de ressaltar que celebridades do aconselhamento também são geradoras de mercado e produtos de consumo, que muitas vezes pouco estão relacionados com a natureza de seu aconselhamento. A *chef* de cozinha Bela Gil, além de dois restaurantes e três livros de receitas *best sellers* no gênero, também tem uma coleção de roupas na *Cantão* assinada com seu nome, e participa de comerciais que utilizam sua imagem pelo contexto íntimo da celebridade, como na propaganda do aplicativo de *delivery*, *Ifood*,⁴ onde a relação familiar entre

² Propaganda de abril de 2016, disponível em <<https://www.youtube.com/watch?v=DpbNC3p56yU>>

³ Entrevista realizada por O Globo em dezembro de 2016, disponível em <<https://oglobo.globo.com/cultura/revista-da-tv/bela-gil-grava-reality-em-familia-vai-ter-curcuma-como-pasta-de-dente-desodorante-caseiro-sim-20666213>>

⁴ Comercial disponível em <<https://www.youtube.com/watch?v=dB8XYQkip4g>>

Bela Gil e a cantora Preta Gil — cujo sobrepeso já pautou programas de dieta e transformação na tv aberta — é utilizada como alívio cômico na propaganda do aplicativo, que traz como tema os diferentes estilos de vida e de atitude alimentar das duas irmãs.

3.1.2 O discurso de responsabilização do indivíduo na saúde



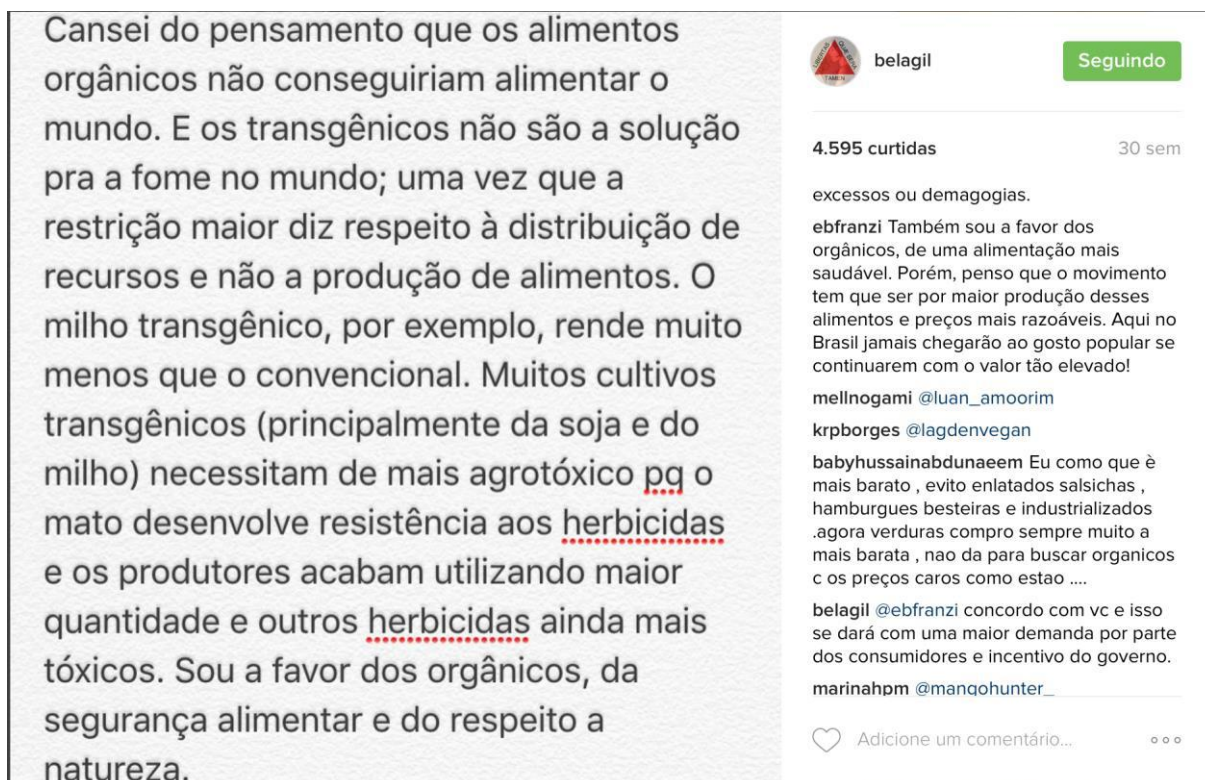
Figura 2 — Post sobre mudança do estilo de vida como prevenção de riscos

Fonte: Conta oficial do Instagram de Bela Gil. Clipping realizado em 14 de julho de 2016

Na Figura 2, podemos observar outra forma de suposição moral do indivíduo em relação à saúde, desta vez, justificando-se através da falácia do onipotente poder individual na profilaxia de riscos. Lê-se, no lado superior esquerdo da imagem, a legenda da *chef* de cozinha sugerindo a mudança de estilo de vida como uma maneira de evitar doenças crônicas, causadas por estresse e má alimentação. Observa-se que a relação de causa e consequência entre estilo de vida e doenças futuras é colocada de maneira simplista no discurso da apresentadora, que raramente menciona no seu discurso as inúmeras dificuldades financeiras, culturais existentes nesse processo, que também são frequentes barreiras no alcance do tão apreciado estilo de vida saudável.

Dentro das premissas simplistas da culpabilização moral do indivíduo através do seu engajamento em atitudes consideradas saudáveis, estão subliminares os conceitos que

trabalhamos anteriormente, no primeiro capítulo, acerca do desprezo pelo sedentarismo sob a face da preguiça (BAGRICHEVSKY *et al*, 2007) e como este pensamento é muito falho no real encobrimento da suscetibilidade humana aos riscos sociais, políticos e ambientais, sendo mais agradável e de fácil associação concluir que indivíduos de classes mais baixas, por exemplo, são os principais responsáveis por sua própria pobreza ou pela falta de saúde resultante de



escolhas de consumo ingênuas e irresponsáveis.

Figura 3 — Postagem sobre alimentos orgânicos

Fonte: Conta oficial do Instagram de Bela Gil. *Clipping* realizado em 14 de julho de 2016

Um dos principais debates no conceito atual de alimentação saudável é a questão relacionada aos alimentos transgênicos e orgânicos. Sendo dispostos na mesma oposição binária que vimos em Lupton (1996a), a escolha de alimentos orgânicos é defendida como uma atitude mais saudável e moralmente consciente por parte do indivíduo. Bela Gil, como muitos outros ativistas ambientais, é defensora do consumo de produtos orgânicos e critica, na Figura 3, a produção de alimentos transgênicos devido ao excesso de agrotóxicos e por ser uma prática que vai contra seus valores pessoais a respeito da natureza. No lado esquerdo dessa figura, deixamos à mostra questões levantadas por seus seguidores acerca do consumo de orgânicos, onde as contas 'ebfranzi' e 'babyhussainabdunaeem' criticam a barreira de aquisição do produto devido

ao seu elevado preço comparado aos alimentos de alta escala de produção. A apresentadora responde uma das internautas, argumentando que a solução desse problema se daria “com uma maior demanda por parte dos consumidores e incentivo do governo”, sugerindo que o indivíduo, através do consumo desses produtos, naturalmente desencadearia estímulos do governo para que esses alimentos fossem mais viáveis de produção e acessíveis.

Bem, quanto a isso podemos criticar que, mesmo que os produtos orgânicos realmente promovam o trabalho de pequenos produtores e sejam contra a presença de agrotóxicos nos alimentos, o produto simplesmente não é acessível para maior parte da população, questão que é pouco abordada na narrativa da *chef* de cozinha quando defende o estilo de vida saudável como direito de escolha de todos. Mas, ignorar esses aspectos dificultantes é uma atitude até compreensível por parte da apresentadora, tendo em vista que não apenas associa sua imagem a esse consumo, como também possui linhas de produtos orgânicos assinadas com seu nome. Portanto, não podemos ignorar que há reais interesses econômicos inevitavelmente inseridos nas narrativas de estilo de vida saudável, o que não sugere, obviamente, que os consumidores contemporâneos do capitalismo informacional — e isso inclui suas celebridades representativas — não estejam genuinamente engajados em suas crenças morais de consumo.

O fato de que grande parte populacional possui inacessibilidade, tanto informacional como financeira, em relação aos produtos orgânicos foi um tema posteriormente opinado pela apresentadora. Em seu canal do *Youtube*, ela afirmou ter conhecimento de que esses produtos ainda não são para o consumo de todos, mas que luta para mudar este cenário, fazendo críticas a indústrias e empresas que não facilitam esses recursos. Porém, ela não se abstém do discurso moral do poder de escolha dos indivíduos que possuem acesso a esse consumo: “Eu acredito que, para quem pode comer bem e saudável, por que não? Tem gente que tem informação, tem dinheiro, tem feira orgânica do lado de casa e prefere ir na padaria comprar um pão francês com margarina. **Opção dela** (grifo nosso). Mas, eu acho que esse não é um ato justo pelo cenário que a gente vive no Brasil, hoje.”⁵

Embora analisemos mais profundamente questões pouco relevadas no discurso do estilo de vida saudável, como outros fatores determinantes na saúde além da responsabilidade do indivíduo, não estamos sugerindo que a moral e a saúde contemporâneas estão sendo usadas apenas como uma máscara para valores comerciais obscuros. Aliás, tanto os valores do capitalismo informacional não se limitam à uma mera “estética do consumo”, que veremos na próxima segmentação como a atividade de celebridades acerca de temas políticos incita maior

⁵ Depoimento dado em março de 2017. *Youtube*, trecho entre 3:08- 4:04 disponível em <<https://www.youtube.com/watch?v=g0fzFUz2-JA>>

visibilidade a certas discussões, fazendo com que estas sejam veiculadas em maior peso na mídia e se estabeleçam no assunto cotidiano da sociedade contemporânea. Esta sociedade de consumo já não é composta por uma população de consumidores passivos, persuadidos por produtos e informações de massa, ela possui agora maior engajamento no consumo e grande poder efetivo de descontentamento no que diz respeito aos meios de produção e de informação. Na próxima etapa da nossa análise de dados, veremos como o comportamento em relação à saúde atrela valores políticos no discurso do estilo de vida, e também como o capital célebre pode estimular a população a corroborar com ações efetivas em relação a decisões do Estado e outros poderes reguladores.

3.2 A SAÚDE COMO EXERCÍCIO DA CIDADANIA

A expertise do estilo de vida não limita sua área de influência ao cotidiano e às relações sociais de identidade e moral. É difícil delinear exatamente quando o estilo de vida midiático se tornou palco para abordagem de questões políticas e de cidadania. Acreditamos que, como o meio de diferenciação pessoal da atualidade já não foca em conquistas extraordinárias e sim na excelência de atividades corriqueiras (como alimentação e cuidados com o lar e com a família), a opinião política faria parte desse leque de escolhas pessoais que transformam o indivíduo na imagem que ele esculpe de si, o que seria de certa forma mais um produto adquirido nessa realidade da cultura de consumo voltada para o estilo de vida. Mas achar que essa mistura de Estado e cultura popular é apenas um elemento estético isolado no novo cenário capitalista seria uma conclusão ingênua e limitada dos fenômenos sociais contemporâneos. Nos discursos de diferenciação pessoal observados, a análise das questões socioambientais foram reunidas às políticas nesta seção, devido à indissociabilidade que encontramos entre elas na abordagem discursiva de nosso objeto de estudo.

Como vimos em Lewis (2010), desde o século XX a fronteira entre o estilo de vida midiático e o campo político já havia se tornado muito difícil de delinear na cultura ocidental, da mesma forma que a discriminação entre a celebridade e o *expert* acadêmico também começou a se dissolver na medida em que personalidades famosas passaram a ser vistas como peritas em aconselhamento, enquanto os peritos profissionais passam mais e mais a se expor na mídia, de forma mais acessível e cotidiana. Um dos diferenciais da celebridade do estilo de vida saudável, porém, é que supõe-se que elas devem exercer de forma exemplar qualquer atividade de sua rotina, não importa se o foco de seu aconselhamento seja específico à alimentação ou exercícios, por seus vigilantes seguidores será cobrado da celebridade que ela em algum

momento se retrate acerca da criação dos filhos (como veremos mais à frente), relacionamentos e, obviamente, que ela exiba uma ação política e cidadã condizente com a imagem midiática que defende. Como aplicamos essa realidade no contexto da governamentalidade e da orientação capitalista, o consumo de produtos e práticas de vida é também uma forma de manifestação política, ainda que não deixe de ser um capital.

Para o caso do engajamento político de celebridades em causas ambientais ou sociais, os conceitos de capitais célebre e de visibilidade que vimos no primeiro capítulo é complementado pelos estudos de Campanella (2014) sob título de “capital solidário”. O autor defende que esse tipo de capital abstrato também pode ser convertido em capital econômico e ampliar o capital de visibilidade de determinada empresa ou indivíduo, somando credibilidade a valores e intenções morais por esses defendidas. Campanella não intenciona avaliar a genuinidade dos sentimentos propostos pela celebridades no seu engajamento em causas de apoio, porém, acredita que campanhas humanitárias midiáticas com a participação de celebridades podem resultar em alguns benefícios, porém não propõem discussões profundas acerca dos problemas trazidos nem de suas causas reais.

O autor também exibe uma visão crítica em relação a esse engajamento mediatizado, defendendo que o que prevalece nesse processo é uma ideia individualista do consumo de produtos esteticamente conscientes, não acarretando real incentivo à participação política. Não poderíamos dizer que concordamos completamente com este último argumento. Mesmo que uma grande parcela dos resultados obtidos através um engajamento mediatizado possa ser fruto do capital de visibilidade nela empregada, e mesmo que grande parte da população talvez não reflita essa atitude em outros comportamentos políticos não midiáticos, consideramos que o consumo contemporâneo é também, mas não apenas, estético. Esse consumo ainda reflete o desejo do espetáculo, a necessidade de expor uma individualidade através do que se consome e apoia, porém há também uma real proposta de identidade presente no consumo, onde os indivíduos possuem escolha e força de alteração relacionada à produção daquilo que consomem. As segmentações de estilo de vida não existem apenas como uma espécie de “clube” com valores pré-definidos que são associados por aqueles que dele participam, elas também são espaço de debate e criação de novos valores para as pessoas que compartilham de uma série de interesses similares, o que pode resultar sim em real conhecimento e engajamento político por parte de seus participantes. Isso certamente não exclui o engajamento vazio e temporário que é estimulado pelo apelo midiático em causas sociais e ambientais, porém é importante não generalizarmos a sociedade consumidora contemporânea como uma massa

indiferenciada e previsível, o que pode resultar na negligência de aspectos fundamentais do

- 1) Preencha os seis campos obrigatórios, marcados em asterisco vermelho, das informações pessoais.
 - 2) Passe direto para a pergunta: "De modo geral, qual sua opinião sobre a proposta de norma em discussão?". Marque a opção "Concordo com a proposta". 3) Logo em seguida, na pergunta sobre impacto, marque "Impacto positivo alto", e como justificativa sugerimos: "Menos agrotóxicos, mais saúde"
 - 4) Dê sua opinião, também obrigatória, sobre o formulário e grave suas respostas.
- * As entidades defensoras dos agrotóxicos se mobilizaram contra o banimento do carbofurano. Precisamos dar uma resposta em favor da nossa saúde e do planeta!

Foto by @luizatoschi

[ver todos os 556 comentários](#)

novo comportamento de consumo na era informacional do capitalismo.

Figura 4 — Postagem com pedido de voto a favor da suspensão do carbofurano (1)

Fonte: Conta oficial do Instagram de Bela Gil. *Clipping* realizado em 14 de julho de 2016

Depois desse esclarecimento, voltamos agora para nosso estudo de caso, onde no início de 2016, Bela Gil mais uma vez foi parar nos noticiários devido a um fenômeno de mobilização ocorrido depois de uma postagem em suas redes sociais. Na Figura 4, a apresentadora pede para que seus fãs votem a favor da chamada pública aberta pela Anvisa, que tratava-se da proposta de suspensão do agrotóxico Carbofurano. A questão é que, antes da ação de Bela Gil, a consulta da Anvisa mostrava que 66% das pessoas que haviam respondido eram a favor da continuidade do produto no mercado, contra apenas 31% daquelas que pediam o seu banimento. Com o apelo da celebridade, na primeira meia hora depois da postagem, a maioria dos votos já eram à

favor da suspensão do uso do agrotóxico, atingindo o percentual de 69% no prazo final da



consulta, com apenas 29% a favor do produto.

Figura 5 — Postagem com pedido de voto a favor da suspensão do carbofurano (2)

Fonte: Conta oficial do Instagram de Bela Gil. *Clipping* realizado em 14 de julho de 2016

Na figura 5, referente ao discurso vinculado nesta mesma postagem, devemos analisar a forma de aconselhamento utilizada na publicação da *chef* de cozinha. Ela geralmente leva seu discurso de estilo de vida de forma injuntiva, mas mudou sua característica sugestiva e facultativa para um discurso literalmente prescritivo, com afirmações imperativas e um passo-a-passo detalhado da ação que deveria ser seguida por seus fãs. Não houve argumentação mais profunda acerca do pedido feito no *Instagram* e, considerando o rápido tempo de mudança nos

votos, dificilmente poderíamos afirmar que o público buscou maiores informações antes de agir



de forma fatal ao fechamento da consulta pública.

Figura 6 — Postagem com pedido de voto contra Projeto de Lei

Fonte: Conta oficial do Instagram de Bela Gil. *Clipping* realizado em 14 de julho de 2016

Após o sucesso de sua atividade, a apresentadora não mais abriu mão do recurso de mobilização para influenciar e divulgar consultas públicas acerca de temas ambientais, instruindo sempre, procedimentos que deveriam ser tomados por seus seguidores. A figura 6 ilustra outro exemplo dessa ação persuasiva em um pedido de votação contra o Projeto de Lei do Senador Álvaro Dias, que propunha trocar a denominação de agrotóxicos por produtos fitossanitários. Mais uma vez foi trazido aos holofotes das mídias sociais um debate que estava oculto antes da mobilização da celebridade e, embora não obtivemos dados confirmando se a petição influenciou ou não na decisão do senado, a decisão de arquivamento do projeto foi efetivado e a apresentadora compartilhou sua satisfação nas redes sociais, afirmando suas crenças na alimentação como ferramenta de mudança influente em todos os setores políticos e sociais.

Porém, independente dos agrotóxicos serem vistos de forma ambígua pela população e de o Carbofurano ser um produto banido em vários países da Europa e nos Estados Unidos, esse poder de mobilização do capital célebre resulta em efeitos concretos e acarreta grandes

responsabilidades a seus influenciadores, podendo ser usado de forma arriscada e impulsiva sem o devido controle. Ao mesmo tempo, parte população de seguidores e profissionais acadêmicos estão cientes de que esse poder de aconselhamento e mobilização também requer grande compromisso da parte dos consumidores, de forma a emergir discussões acerca da credibilidade dada aos peritos do estilo de vida, resultando em constante crítica e vigilância acerca da autoridade desse conhecimento empírico.

3.3 O QUESTIONAMENTO DA AUTORIDADE EMPÍRICA NO ACONSELHAMENTO DO ESTILO DE VIDA SAUDÁVEL

O aconselhamento do estilo de vida, como sabemos, é principalmente baseado na expertise cotidiana, o que resulta em peritos de limpeza, de administração do lar, de habilidades sociais, etc. No caso das celebridades especialistas no estilo de vida saudável, esse aconselhamento se torna muito mais passível de críticas, tendo em vista que dividem espaço com os profissionais acadêmicos da área, além de se tratar de uma área que exige cautela, pois, diferente das outras, pode resultar em perigo para a saúde dos indivíduos.

Cientes disso, o caso de Bela Gil segue como palco para o embate entre aconselhamento empírico e acadêmico, sendo mais uma vez alvo de polêmica na mídia quando, em agosto de 2015, uma reportagem acerca da celebridade a definiu como nutricionista, causando descontentamento ao Conselho Regional de Nutricionistas da 2ª Região (CRN-2), que declarou que "o nutricionista é o profissional legalmente habilitado a prescrever a alimentação de coletividades ou indivíduos."⁶

Seria omissos dizer que a *chef* de cozinha não possui nenhuma formação acadêmica, tendo em vista que é formada em ciência da nutrição pela *Hunter College* e concluiu um *Master class of healthy cooking* pela *New School* (o que não equivale a um mestrado, ou pós-graduação *strictu sensu* aqui no país), ambas instituições em Nova Iorque. Ainda assim, nenhum desses cursos habilita o profissional a prescrever dietas e, de acordo com o Conselho Federal de Nutricionistas, para possuir o título de profissional da nutrição, é necessário que o indivíduo possua um diploma expedido por escolas de graduação oficiais que estejam devidamente registradas no órgão competente do Ministério da Educação e regularmente inscritas no Conselho Regional de Nutricionistas (CRN) da respectiva área de atuação do profissional. A assessoria de Bela Gil respondeu, na época, que a apresentadora já havia entrado com a

⁶ Reportagem veiculada em O Dia. Disponível em <<http://odia.ig.com.br/noticia/mundoeciencia/2015-08-12/bela-gil-nao-e-nutricionista-afirma-conselho-em-rede-social.html>>

documentação necessária para o processo de reconhecimento do seu diploma na Justiça do país, mas que ainda não havia conseguido o registro. Independente do andamento do processo, em 2017 sua página oficial ainda descreve a apresentadora como “*Chef* de cozinha natural que busca destacar a importância da alimentação saudável e consciente através de diversos



projetos." ⁷

Figura 7 — Postagem sobre o aconselhamento do uso de cúrcuma na saúde bucal (1)

Fonte: Conta oficial do Instagram de Bela Gil. *Clipping* realizado em 14 de julho de 2016

Além da comunidade de nutricionistas, mais cedo naquele ano, a apresentadora já havia protagonizado um embate ainda maior com os profissionais odontológicos. Na Figura 7, referente a julho de 2015, a apresentadora sugere o uso de cúrcuma como substituto para os cremes dentais, editando posteriormente a postagem para sinalizar que esse aconselhamento era opinião dela, afirmando em entrevistas que seguir seus ensinamentos é uma escolha pessoal de cada um. Porém, o fato da *chef* de cozinha justificar seu aconselhamento sob uma óptica subjetiva e de responsabilidade individual, não evitou que a comunidade de dentistas e a própria população leiga de seus seguidores se manifestassem utilizando a expertise acadêmica como contra-ponto. Precisamos salientar que, embora o foco de nossa pesquisa seja a narrativa

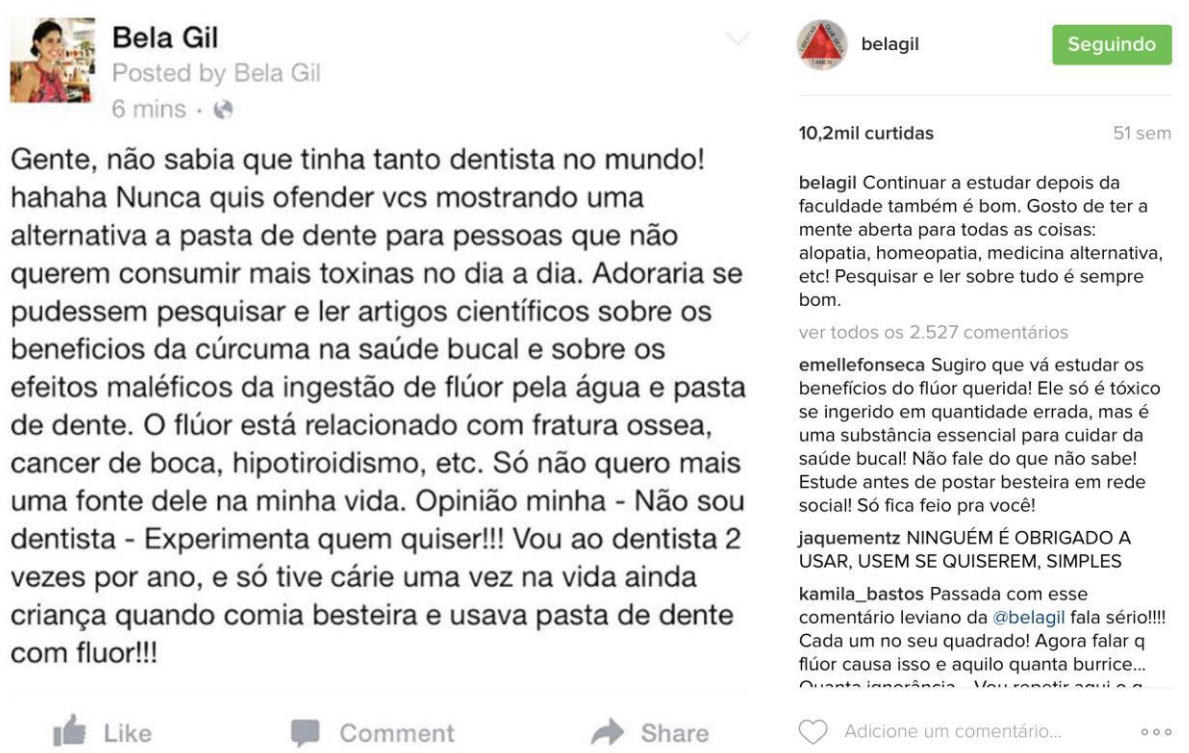
⁷ Informação disponível em <<http://www.belagil.com/sobre-a-bela/>>

pessoal da celebridade em sua relação com a saúde, é inevitável que também analisemos casos específicos em que há interação social crítica entre o público seguidor e a especialista em estilo de vida. Não estamos buscando nesta análise criticar os conhecimentos da *chef* de cozinha, mas avaliar como estes são validados e aceitos de forma legitimada pelo público seguidor e até onde vão os limites desse reconhecimento.

Vimos em Bauman (1998b) o surgimento da necessidade social moderna que busca uma espécie de guia ou guru inspiracional, uma "autoridade de aprovação" que supra o surto de aconselhamento que permeia o cenário social da atualidade. Para Foucault, o conhecimento legitimado, ou seja, a verdade, possui indissociabilidade das relações de poder e, por isso, demonstra caráter cambiante. Para o autor, essa autoridade de aprovação já foi exclusividade da imagem do intelectual, mas na era moderna também sofreu alterações. Antes, era esperado que os intelectuais representassem uma espécie de "conhecimento de todos", mas os estudos relacionados à conexão entre teoria e prática foram depois tomando o lugar dessa antiga universalidade do conhecimento, abrindo oportunidade para novas e maiores especificações dentro das áreas de estudo. Esses intelectuais específicos se tornaram cada vez mais importantes na contemporaneidade, porém, estando o conhecimento atrelado ao poder, não há como isentar qualquer especificidade do saber de suas responsabilidades e abrangências políticas, pois assumir isso seria supor que nem todo conhecimento é de interesse (ou de direito) das massas. (FOUCAULT, 1979c)

Por esses intelectuais de áreas específicas do conhecimento, Foucault se referia às áreas mais tradicionais de aquisição de autoridade perita, porém essa teoria também pode ser expandida para o caso dos especialistas do estilo de vida, cujo reconhecimento é autenticado na sociedade atual pela experiência empírica bem sucedida e aplicada na própria rotina do indivíduo. Portanto, sendo ele um intelectual de sua especificidade, seus conhecimentos também recebem relevância política. Mas, o que queremos dar enfoque nesta seção, é até onde se limita a credibilidade dos conselheiros empíricos quando sua abrangência choca informações com sistemas abstratos mais estabilizados no cenário de peritagem, como é o caso da perícia acadêmica na saúde. Por esta razão, neste momento não apenas analisaremos o discurso da celebridade, como também a relação ativa que seus seguidores apresentam em relação a esse

sistema de aconselhamento, principalmente em momentos em que há conflito entre o



aconselhamento empírico e o acadêmico.

Figura 8 — Postagem sobre o aconselhamento do uso de cúrcuma na saúde bucal (2)

Fonte: Conta oficial do Instagram de Bela Gil. *Clipping* realizado em 14 de julho de 2016

O caso da cúrcuma foi um desses episódios de extrema relevância para ilustrar o engajamento crítico acerca do conhecimento empírico quando este é colocado em oposição a uma área de conhecimento muito estruturada academicamente. A quantidade de dentistas e leigos criticando a sugestão da apresentadora foi persecutória e muitas vezes agressiva. Bela Gil prosseguiu com o debate levantado por seu aconselhamento. Como podemos observar, na Figura 8, vemos que ela passa a utilizar argumentos de conhecimento científico, e não mais se baseia na questão da subjetividade para justificar o uso da substância, mas prossegue afirmando que não é dentista e que seu aconselhamento deve ser seguido por responsabilidade do indivíduo. Há ainda uma reiteração empírica no discurso, quando a apresentadora utiliza sua experiência pessoal para legitimar seus conhecimentos científicos, justificando ainda que os

únicos problemas de saúde bucal que obteve foram sob uso de pastas com flúor e quando ainda



não havia adotado um estilo de vida com alimentação saudável.

Figura 9 — Postagem sobre o aconselhamento do uso de cúrcuma na saúde bucal (3)

Fonte: Conta oficial do Instagram de Bela Gil. *Clipping* realizado em 14 de julho de 2016

Todos os grandes casos de críticas midiáticas feitas ao estilo de vida defendido pela celebridade, são recorrentemente retomados como temática em seus discursos nas redes sociais. A Figura 9 é uma postagem feita quase um ano depois do primeiro caso da cúrcuma. Ela ilustra uma entrevista feita pela apresentadora em seu canal do *Youtube*, nela, a entrevistada é uma dentista profissional cujo discurso é utilizado para a validação dos métodos defendidos por Bela Gil. Só a partir de então, a utilização de cúrcuma no lugar do creme dental ficou isenta de cobranças acadêmicas, pois a profissional defende que a escovação é o processo fundamental na limpeza dos dentes e que o uso do tempero não seria prejudicial à saúde. Isso nos leva a concluir que, mesmo que o conhecimento empírico de celebridades seja legitimado por seu público seguidor, a área da saúde não abriu mão do capital simbólico prestado aos profissionais acadêmicos, de forma que, para realmente validar seu conhecimento dentre as críticas, a

apresentadora recorre a uma autoridade acadêmica, ainda que alternativa aos sentidos comuns da odontologia.

Embora na saúde as críticas acerca do aconselhamento da celebridade tenham fundamentos teóricos, também foi observado outras animosidades midiáticas em relação a apresentadora, que dessa vez abordavam assuntos de cunho mais íntimo e relacionado à maternidade. Mesmo que a exposição da intimidade seja algo necessário às celebridades do estilo de vida, quanto o tema é a relação familiar da *chef* de cozinha com seus filhos, nota-se uma manifestação crítica ausente em outras celebridades da mesma categoria, principalmente quando se trata de celebridades do gênero masculino. Na seção final do nosso estudo de caso, veremos principalmente como o discurso contemporâneo utiliza a saúde como fator qualificativo da responsabilidade parental, mas também levantaremos questões acerca do papel de gênero em relação ao cuidado com a família.

3.4 A SAÚDE COMO FATOR QUALIFICATIVO DA RESPONSABILIDADE PARENTAL

3.4.1 Progressão histórica dos conceitos de família e infância na contemporaneidade

Como explicamos anteriormente, o fato da apresentadora ter engravidado durante nosso período de observação nos surpreendeu com a emergência de uma nova narrativa acerca do julgamento moral da saúde, agora não apenas como virtude moral e política do indivíduo, mas também como juiz de sua qualificação parental perante a sociedade. No caso da mãe, esta responsabilidade com a saúde dos filhos é colocada em evidência desde seus hábitos na gravidez até a amamentação e cuidados posteriores com a alimentação da criança.

Precisamos antes, porém, justificar que essa relação de responsabilização da família na saúde dos filhos não é uma descoberta exclusiva do nosso estudo de caso, ou uma nova forma de diferenciação individual contemporânea. Por capricho, antes da análise prática dos exemplos selecionados, achamos válido entender a progressão histórica da instituição familiar e seu papel mais do que fundamental no atual cenário individualista e nosopolítico do século XXI. A realidade é a ideia atual de família, para nós uma imagem intrínseca de afetividade e cuidado, nem sempre possuiu essa organização aparentemente instintiva, sendo ela fruto das diversas mudanças sociais ocorridas a partir do fim da Idade Média.

Em seus estudos acerca da infância e da instituição familiar moderna, Ariés (1960) argumenta que na época medieval não haviam instituições escolares que não fossem para clérigos, de forma que a “educação” das crianças era praticada de forma empírica através do sistema de aprendiz. A própria noção de infância aliás, não era tão diferenciada da idade adulta,

de forma que as crianças aprendiam práticas ocupacionais (e vícios) adultos através da convivência e educação empírica. Esse sistema de aprendizagem também não permitia a existência de uma instituição familiar orientada por relações socioafetivas, já que indivíduos de 6 a 7 anos já deixavam suas casas para morar com seus mestres até se tornarem profissionais da ocupação ou eternos criados da casa, dependendo de sua classe social. Porém, isso não significa que inexistia amor na relação entre pais e filhos, apenas não havia a visão individualista da criança (e portanto do indivíduo), de forma que a família era vista como um estabelecimento a ser mantido. Essa visão só mudaria com o surgimento e assentamento da escola a partir século XV, início da Idade Moderna, que além de ser um novo instrumento de norma social e substituto do sistema oficial de aprendizagem (onde a educação teórica passa a sobrepor a empírica), também permitia que as crianças crescessem em seus lares, criando base para uma família ligada por afetividade, organizada em torno de uma noção mais atual do que temos por infância (ARIES, 1960). A escola também padronizou a responsabilidade familiar em relação à educação social da criança, que germinou na presente culpabilização moral dos pais acerca do comportamento de seus filhos.

Foucault (1979b) também fala da Família como um dos principais núcleos do governo biopolítico. Este firmamento da instituição familiar, tal qual concebemos na contemporaneidade, é essencial no surgimento da própria nosopolítica, na medida que, a partir do século XVIII, a doença é colocada como um problema social e individual, atrelando maior responsabilidade ao Estado apenas em casos epidêmicos. Isto também significa que a família passa a ser vista como principal responsável pelo indivíduo durante a fase em que este não pode tomar relevantes decisões por si mesmo, ou seja, o período equivalente ao nosso conceito de infância. Isto torna, portanto, a família moderna e socioafetiva (os indivíduos adultos e detentores do semi-divino poder individual) a principal responsável pelo bem-estar das crianças, na medida em que a saúde, ou melhor, a profilaxia de doenças, se torna um valor moral íntimo e, paradoxalmente, sujeito a constante julgamento social.



3.4.2 O indivíduo e sua responsabilidade moral na educação alimentar dos filhos

Figura 10 — Postagem sobre servir de exemplo na alimentação dos filhos (1)

Fonte: Conta oficial do Instagram de Bela Gil. *Clipping* realizado em 14 de julho de 2016

Observamos que quando se trata da saúde alimentar dos filhos, o estilo de vida saudável não abre mão do discurso empírico e moral atrelado ao comportamento do indivíduo. Na figura 10, a apresentadora Bela Gil exibe a imagem de sua filha mais velha, Flor, enquanto esta participa das atividades culinárias da mãe. “Se você quer que seu filho tenha uma alimentação saudável, antes de mais nada, dê o exemplo”, diz a apresentadora na legenda do *Instagram*, e reforça essa afirmação constantemente em entrevistas acerca de seu cuidado com os filhos e em outras mídias sociais. Analisamos durante nosso estudo que, mesmo antes da segunda gravidez, as postagens que mostravam a apresentadora interagindo com sua filha mais velha geravam maior engajamento positivo e curtidas do público seguidor. As fotos que mostravam a *chef* de cozinha com sua família foram ficando mais frequentes e começou a haver maior abordagem da apresentadora em relação ao seu papel de mãe, o que se tornou mais uma ferramenta de

diferenciação pessoal em seu discurso acerca da responsabilidade parental exposta através do cuidado com a alimentação saudável dos filhos.



Figura 11 — Postagem sobre consequências da educação alimentação para os filhos (2)

Fonte: Conta oficial do Instagram de Bela Gil. Clipping realizado em 14 de julho de 2016

O discurso de “cuidado” com os filhos, pelo próprio termo empregado, assume questões morais em sua prática, pois, se o cuidado está relacionado a um comportamento específico defendido pelo estilo de vida saudável, não seguir essa pauta seria sinônimo de não-cuidado, de irresponsabilidade ou menos engajamento afetivo na criação dos filhos. Na Figura 11, a postagem da *chef* de cozinha sugere que a educação (dada pelos pais aos seus filhos) não se limita a regras de comportamento, mas também se aplica aos ensinamentos éticos relacionados a escolhas que afetam outros indivíduos e o meio ambiente. Podemos observar na legenda da postagem, ao lado esquerdo da Figura 11, que a apresentadora relaciona o ato de comer como um ensinamento sobre respeito e consciência. Nas *hashtags* da mesma legenda, observamos expressões como “comida de verdade”, “saber o que te faz bem ou mal”, “orgânicos” e “água vs. refrigerante”. Mais uma vez, não estamos aqui para criticar os malefícios que certos alimentos podem causar quando consumidos em excesso, nem vamos reiterar os argumentos já utilizados na barreira de consumo de orgânicos, porém, não podemos deixar de ressaltar que, ao atribuir qualidades morais aos pais que adotam um “comportamento saudável”,

invariavelmente estamos rotulando qualidades negativas àqueles que não seguem essa pauta, seja por impossibilidade ou simplesmente por outros valores culturais.

Obviamente, uma alimentação rica em açúcar e gorduras na infância, pode estimular a obesidade e outras doenças crônicas, porém os pais que não comprem produtos orgânicos para seus filhos e permitem o consumo de industrializados com moderação também são vistos como irresponsáveis, segundo o discurso de estilo de vida saudável. Este pensamento, embora se utilize do argumento da promoção da saúde, é limitado aos seus próprios conhecimentos de nicho e, mais importantemente, não garante que uma criança que consome orgânicos terá uma qualidade de vida superior àquela que consome todos os nutrientes em sua dieta, mesmo que esta também inclua industrializados. Reiteramos que nossa crítica refere-se ao condicionamento moral dessas ações, que, no caso de Bela Gil, também resultou em um número de críticas a respeito de sua qualidade parental, pois muitos seguidores assumiram que o seu estilo de vida podia ser uma forma restritiva de educação, minimizando as possibilidades dos filhos sentirem prazer e socializar com as outras crianças que consumiam refrigerantes e biscoitos recheados, mas esse assunto veremos mais detalhadamente na próxima subdivisão dessa seção.

Não devemos esquecer que o cuidado com a alimentação dos filhos não se refere apenas à educação alimentar que lhe é dada desde os primeiros anos. No estilo de vida saudável, há também grande preocupação com a alimentação da mãe durante a gravidez, assim como a fase posterior de aleitamento materno. Além disso, debates relacionados à hora do parto também se tornaram pauta nas mídias e causaram bastante engajamento por parte do público feminino brasileiro. Este assunto traz em voga o fato de que maioria dos partos no país são realizados através de cesarianas, procedimento cirúrgico agendado que envolve anestesia e corte pélvico para o nascimento dos bebês. Na Figura 12, a apresentadora defende que a maioria dessas cirurgias seriam procedimentos desnecessários, realizados apenas por prática e comodidade, quando outras formas de parto poderiam ser mais adequadas a cada tipo de gravidez.

Sendo forte defensora do parto humanizado, procedimento que defende o protagonismo da mulher na hora de dar a luz de forma natural e não agendada, a apresentadora também mostrou-se mais engajada midiaticamente em relação a posições políticas acerca da saúde obstetrícia. Ainda na Figura 12, a imagem traz um texto que utiliza do apelo emocional para sen-



Figura 12 — Postagem sobre parto adequado

Fonte: Conta oficial do Instagram de Bela Gil. *Clipping* realizado em 14 de julho de 2016

sibilizar a leitora acerca da escolha de parto: “Respeite o tempo do seu bebê”. Esse discurso mais uma vez se mostra excludente em termos de acessibilidade, tendo em vista que um parto humanizado costuma ser mais caro que uma cesariana e ainda é pouco disponível através do Sistema Público de Saúde. Mas, desta vez, não pretendemos dar enfoque ao elitismo que costuma estar presente no discurso do estilo de vida saudável. Na realidade, gostaríamos de frisar que ao longo de nossos estudos, percebemos que o foco de responsabilidade parental na saúde da criança costuma estar direcionado à figura materna, já que deixa sob total encargo da mãe os possíveis malefícios e benefícios oferecidos à criança, desde a gestação até a amamentação e posterior cuidado com a alimentação do filho.

A questão do papel paterno foi abordado uma vez pela apresentadora em seu canal do *Youtube*, mas se focou apenas na narrativa pessoal do apoio de seu cônjuge na gravidez e na

hora do parto⁸ (cuja filmagem foi inclusive disponibilizada no canal), de forma que pouco foi realmente debatido acerca dos vigentes papéis de gênero e da dessemelhança na distribuição de responsabilidade moral em relação à criação dos filhos, que ainda é vista como função essencial da mulher. Este assunto foi recorrente durante nossa pesquisa, ainda mais quando salientado pela comparação com outras celebridades masculinas que também possuíam seu enfoque no aconselhamento do estilo de vida. A próxima e final subdivisão desta seção, dedica-se à crítica moral do papel da mãe no cuidado com a saúde dos filhos, aliada também a questões de gênero ainda presentes e subliminares no discurso do estilo de vida saudável.



3.4.2 O papel da mãe no cuidado com a saúde dos filhos

Figura 13 — Postagem sobre merenda da filha

Fonte: Conta oficial do Instagram de Bela Gil. *Clipping* realizado em 14 de julho de 2016

Já havíamos mencionado o caso em que o papel materno da apresentadora foi criticado em relação ao controle da alimentação da filha. Esse engajamento negativo por parte do público

⁸ Depoimento dado em seu canal do *Youtube*, disponível em <<https://www.youtube.com/watch?v=xowUIF3EfYY&t=178s>>

surgiu quando a *chef* de cozinha postou uma foto da merenda escolar de sua filha em meados de 2015. Como está ilustrado na Figura 13, a merenda escolar da criança era composta por granola, batata doce, banana-da-terra e água. Parte do público alegou que Bela Gil estaria sendo uma mãe restritiva a não permitir que sua filha consumisse “comidas da infância”, como refrigerantes e biscoitos industrializados e houve inclusive alegação de isso poderia causar exclusão e *bullying* da criança no meio social escolar.

Ainda que figuras públicas estejam expostas a diversas críticas rotineiras, este caso particularmente tomou proporções virais na época em que surgiu, o que também atraiu vários seguidores que simpatizavam com o comportamento da *chef* de cozinha. A repercussão foi tão polêmica, que inclusive recolocou em evidência midiática as questões de regulamentação da publicidade em alimentos infantis industrializados, devido aos seus estímulos à obesidade infantil. Certamente, podemos dizer que a apresentadora tirou o melhor proveito dessa discussão, criando em seu canal do *Youtube*, um ano depois, um quadro dedicado apenas à receitas de lanches saudáveis para crianças levarem ao colégio. O quadro é realizado de forma íntima na própria cozinha da *chef*, e conta com a participação de sua filha em todos os quadros. Bela Gil fala, no vídeo de apresentação desse projeto, que foi a repercussão de 2015 que a estimulou a criar o quadro: "Primeiramente, eu coloco banana da terra e batata doce na lancheira dela, porque ela gosta. Em segundo lugar, eu me importo com a saúde da minha filha e eu não acredito em produtos altamente processados como forma de alimento."⁹ Depois do parto, a apresentadora inclusive duplicou o quadro, fazendo um inteiramente dedicado à alimentação do seu recém-nascido nos primeiros meses de vida.

As críticas negativas em relação a apresentadora no cuidado com a família certamente não cessaram por ali. Houve outros episódios relacionados, como por exemplo quando Bela Gil postou os produtos naturais que utilizava na higiene íntima da filha, causando novamente uma onda de críticas nas redes sociais. Porém, esse número de críticas à apresentadora é compreensível, tendo em vista que ela é uma celebridade cuja intimidade faz parte do que a torna célebre, e que, em mídias sociais, o anonimato muitas vezes facilita comportamentos agressivos por parte do público. Mas será que por trás dessa justificativa também não há outros fatores que demonstrem mais animosidade do público ao julgar o comportamento parental da *chef*?

Pegemos como exemplo de contra-partida uma outra celebridade brasileira com condições análogas à Bela Gil: o apresentador Rodrigo Hilbert, também protagoniza como *chef*

⁹ Depoimento retirado do canal da apresentadora, no *Youtube*. Disponível em <<https://www.youtube.com/watch?v=qIunNah-9Hc>>

o programa culinário *Tempero de Família*, veiculado no mesmo canal de atuação da *chef* de cozinha. Hilbert também não possui título acadêmico nacional na culinária; há outra personalidade célebre no seu núcleo familiar, como é o caso da sua esposa e apresentadora Fernanda Lima; o apresentador não deixa de ser uma celebridade do estilo saudável, compartilhando em suas redes sociais suas rotinas de exercício e seus momentos de intimidade com a família, embora o discurso de seu *lifestyle* seja mais focado na tradição de preparo dos alimentos — acompanhando desde a pesca, por exemplo, até a construção de um forno natural — até o preparo da comida em si.

Ainda assim, com tantos aspectos em comum, a maior abordagem midiática em relação ao apresentador costuma ser para enaltece-lo como homem, pai e marido, por ele fazer um conjunto de atividades que muitas mulheres fazem cotidianamente, inclusive a apresentadora Bela Gil. O próprio Rodrigo Hilbert criticou o rótulo diferenciado que recebe, questionando que muitas mulheres realizam as mesmas atividades que ele e não são dadas o mesmo crédito¹⁰, mas ainda assim, esta declaração serviu apenas como mais um adorno na representação de sua imagem, tendo em vista que em nada mudou o foco das reproduções midiáticas acerca do protagonismo da mulher nas atividades do lar.

Ainda que essa diferenciação entre cozinha diária, feminina, e cozinha especializada, masculina, nos sirva, inicialmente, para questionar os aspectos biológicos de certas atribuições, a responsabilidade feminina pela alimentação cotidiana está relacionada com aquilo que se considera uma atribuição ‘natural’ do trabalhos domésticos às mulheres e, em particular, com aceitação, também ‘natural’, por parte das mulheres, da responsabilidade pelo cuidado dos membros do grupo doméstico. (CONTRERAS; GRACIA, 2015c. p. 222)

Na Figura 14, observamos uma postagem da apresentadora Bela Gil acerca das críticas que recebe nas mídias sociais. Ela confirma que essa cultura de insulto não se aplica apenas a ela, porém afirma que é estimulada por também receber inúmeros relatos de pessoas que mudaram a alimentação a partir de seu programa. Isso nos leva a refletir o papel das mídias sociais como uma ferramenta de comunicação revolucionária, onde os indivíduos passam a ter voz em relação a grandes empresas e figuras midiáticas. Ainda assim, ela também é palco de expressão e subjetividade individual, além de propor debates de veiculação midiática orgânica

¹⁰ Reportagem do site Hypheness. Disponível em <<http://www.hypheness.com.br/2017/04/homao-da-porra-rodriigo-hilbert-explica-por-que-nao-gosta-do-rotulo/>>

e servir como rede mobilizadora de ações sociais e políticas. Mas, principalmente, é uma grande fonte de análise de valores sociais, principalmente na era contemporânea onde há uma necessidade exacerbada de autoafirmação e reconhecimento de identidade por parte de uma



segmentação agressiva de grupos, que tendem a competir pela legitimação de suas verdades.

Figura 14 — Postagem sobre críticas nas redes sociais

Fonte: Conta oficial do Instagram de Bela Gil. *Clipping* realizado em 14 de julho de 2016

4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Durante o período de desenvolvimento deste projeto, desde o início da coleta e análise dos dados até sua efetiva realização, observamos como nossa cultura contemporânea está associada a valores morais referentes à promoção da saúde, ou melhor, ao que é definido como promoção da saúde, já que esses padrões apresentam características cambiantes de acordo com a produção e interesses das fontes de conhecimento. Também foi importante entender como a saúde se torna sinônimo de profilaxia na cultura atual de risco, onde todas as instâncias do saber são guiadas pelo sentimento de otimização e prevenção de possíveis resultados onerosos. A necessidade de controle de si, do improvável e do possível, resulta em uma busca por guias que possam otimizar essa experiência através do conhecimento empírico, que volta a ganhar reconhecimento em detrimento do conhecimento acadêmico devido à emergência da necessidade de maximizar as experimentações e sensações da vida, já que o indivíduo contemporâneo pouco tem a confabular acerca da morte.

Dentro dessa perspectiva, o enfoque subjetivo do indivíduo ganha palco para exposição com o surgimento das mídias sociais digitais, que revolucionam as formas comunicacionais e passam a competir com a hegemonia da indústria midiática. Esta, por sua vez, adapta-se ao novo público, não mais utilizando uma abordagem unilateral e direcionada à massa em seu discurso, mas segmentando o público em nichos cada vez mais específicos para que possa entender e estimular as necessidades populares de forma mais eficiente e subjetiva. Dentro dessas segmentações nasce o conceito de estilo de vida, uma espécie que guia identitário e de consumo pelo qual os indivíduos sentem-se representados e passam tanto a criar novas necessidades de consumo, como também consumir aquelas implantadas pela mídia.

Como modelos, ou verdadeiros heróis do consumo contemporâneo, encontram-se as celebridades do estilo de vida. Elas abrangem uma categoria de celebridade que é reconhecida não por seu trabalho ou por suas condições sociais, mas pelo conjunto de atividades cotidianas permeadas de valores que por elas são executadas de forma exemplar. Quando trata-se das celebridades do estilo de vida saudável, a alimentação se mostra um fator muito além do ordinário, no momento em que cada elemento, desde a compra dos alimentos até sua forma de preparo, possui intrinsecamente uma série de valores morais, sociais e políticos a ele associado. E em uma sociedade moralista e vigilante, quanto mais recursos de autoafirmação um indivíduo possuir, mais reconhecimento pessoal e social ele terá.

Nos nossos estudos, certamente não ficou concluído que a vigilância moral acarreta reais engajamentos políticos e sociais por parte dos indivíduos, nem que muito do consumo do estilo de vida saudável não passa de um consumo estético e de pouca efetividade na hora de solucionar os problemas que critica. Porém, certamente podemos afirmar que o cenário contemporâneo é positivo para mobilização de grupos para atividade comunicativa entre público geral e instâncias de poder político, pondo em consideração que agora a opinião popular pode ser midiaticizada de forma orgânica e seus consumidores são mais exigentes em relação aos produtos que querem consumir.

Nosso estudo de caso nos ajudou a ilustrar todo esse cenário contemporâneo da sociedade de consumo em tempos nosopolíticos, porém também levantou diversas questões relacionadas ao estilo de vida saudável. Podemos dizer que o conceito de estilo de vida saudável defendido pelas mídias e pelo discurso de suas celebridades costuma equalizar todos os indivíduos, supondo que todos partem de uma mesma condição e que o único fator que os diferencia é o poder de ação de cada um. Esse pensamento é extremamente exclusivo quando se trata da população mais pobre, que muitas vezes não possuem recursos financeiros nem acesso aos produtos necessários para um “estilo de vida saudável”. Essa mesma população marginalizada é também vítima do apelo de alimentos industrializados e de pobre conteúdo nutricional, sendo muitas vezes consumido pela sua significação social, sua associação ao prazer e a acessibilidade de seu preço.

Realmente, embora o discurso analisado em nosso estudo de caso adote uma abordagem intimista e generalizada do público, ele na verdade se direciona apenas às classes sociais mais altas, que são as únicas que realmente terão acesso e disponibilidade na adoção dos costumes do estilo de vida saudável. Quando esse discurso é questionado em relação ao seu elitismo, as respostas novamente se voltam ao poder de ação do indivíduo, que, caso esteja em posição socialmente privilegiada, possui ainda mais responsabilidade moral em seu consumo, pois é creditado ao consumo consciente individual o poder de solução de quase todos os problemas do mundo.

O que parece ser uma área de conhecimento obscuro, principalmente no cenário nacional, é como a população mais pobre se comporta aos estímulos nosopolíticos contemporâneos. Quais são os conceitos de saúde e de alimentação saudável para aqueles que raramente têm acesso a produtos orgânicos? Que associações morais são feitas a partir do consumo de estilos de vida, e que estilos de vida são os mais reconhecidos nesse meio social? Essa área que o “Sol não toca” nos estudos da comunicação na saúde, abre pauta para futuros projetos mais aprofundados e preferencialmente resultantes de pesquisas de campo, para que

aja uma real imersão nessa área de conhecimento aparentemente esquecida pela falácia da responsabilização individual no consumo que, embora resulte em uma avaliação moral de qualquer pessoa, claramente não é nada igualitário para todas as camadas da população.

REFERÊNCIAS

- ABREU, Maria Eduarda. *A obesidade infantil e as olimpíadas da culpa*. Observatório de saúde na mídia, LACES, ICICT, Fiocruz. junho de 2016. Disponível em <<http://saudenamidia.icict.fiocruz.br/obesidade-infantil-e-olimp%C3%ADadas-da-culpa>>
- ARIÈS, Philippe. Da família Medieval à família moderna. in: ARIÈS, Philippe. *História social da criança e da família*. Rio de Janeiro: Editora Guanabara, 1960.
- BAGRICHEVSKY, Marcos et al. Sedentário “sem-vergonha”, saudável “responsável”? : problematizando a difusão do “estilo de vida ativo” no campo sanitário. *A saúde em debate na Educação Física*. Ilhéus: Editus, v. 3, p. 209-229, 2007.
- BAUDRILLARD, Jean. *A sociedade de consumo*. Portugal: Edições 70, 2008
- BAUMAN, Zygmunt. O mal-estar da pós-modernidade. Rio de Janeiro: Zahar, 1998a. Cap. 3
- _____. O mal-estar da pós-modernidade. Rio de Janeiro: Zahar, 1998b. Cap. 7
- BOURDIEU, P. O poder simbólico. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil S.A, 1989.
- DEBORD, Guy. *The society of spectacle*. Nova Iorque: Zone Bokks, 1967.
- CAMPANELLA, Bruno. Celebridade, engajamento humanitário e a formação do capital solidário. *Revista Famecos*. vol.21, n. 2, p. 721-741, Porto Alegre, maio-agosto 2014.
- CARRERA, Fernanda. Instagram no Facebook: uma reflexão sobre ethos, consumo e construção de subjetividade em sites de redes sociais. *Animus. Revista Interamericana de Comunicação Midiática*, v. 11, n. 22, 2012.
- CONTRERAS, Jesús; GRACIA, Mabel. Teorias antropológicas sobre a alimentação. In: *Alimentação, sociedade e cultura*. Rio de Janeiro: Fiocruz, 2015. Cap. 1. p. 25-108
- _____. A alimentação humana: um fenômeno biocultural. In: *Alimentação, sociedade e cultura*. Rio de Janeiro: Fiocruz, 2015b. Cap. 2. p.109-146
- _____. Segurança e insegurança alimentar. In: *Alimentação, sociedade e cultura*. Rio de Janeiro: Fiocruz, 2015c. Cap. 6. p. 333-387
- _____. Alimentação, sociedade e distinção social. In: *Alimentação, sociedade e cultura*. Rio de Janeiro: Fiocruz, 2015c. Cap. 4. p.211-287
- CONVENIÊNCIA À MODA DO CHEFE. Bradesco. *Youtube*, 2016. Disponível em <<https://www.youtube.com/watch?v=xowUIF3EfYY&t=178s>> . Acesso em 17 de junho de 2017.
- DRIESSENS, Olivier. Celebrity capital: redefining celebrity using field theory. *Theory and society*, v. 42, n. 5, p. 543-560, 2013.

FEATHERSTONE, Mike . Estilo de vida y cultura de consumo . in: *Cultura de consumo e pós-modernismo* . Buenos Aires: Amorrortu Editores, 1995. Cap. 6. p. 142-159

FREIRE FILHO, João. Mídia, consumo cultural e estilo de vida na pós-modernidade ECO-PÓS- v.6, n.1, janeiro-julho de 2003, pp.72-97

FONTENELLE, Isleide Arruda. *O nome da marca: McDonald's, fetichismo e cultura descartável*. São Paulo: Boitempo, 2002.

FOUCAULT, Michel. *Nascimento da biopolítica: curso dado no Collège de France (1977-1979)*. São Paulo: martins Fontes, 2008.

_____. A governamentalidade. in: FOUCAULT, Michel. *Microfísica do poder*. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1979a, 3a ed. Cap. 17. p. 407-431

_____. A política da saúde no século XVII. in: FOUCAULT, Michel. *Microfísica do poder*. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1979b, 3a ed. Cap. 13. p. 296-317

_____. Verdade e poder. in: FOUCAULT, Michel. *Microfísica do poder*. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1979c, 3a ed. Cap. 1. p. 35-54

_____. *A ordem do discurso*. São Paulo: Loyola, 2010. p.1-50

_____. *A Arqueologia do Saber*. Petrópolis: Vozes, 1972.

GIDDENS, Anthony. Confiança e modernidade. In: GIDDENS, Anthony. *As consequências da modernidade*. São Paulo: Editora UNESP, 1991a Cap.3.p. 83-114

_____.Sistemas abstratos e a transformação da intimidade, In: GIDDENS, Anthony. *As consequências da modernidade*. São Paulo: Editora UNESP, 1991b. Cap.4.p.115-170

GOUBIL-GAMBRELL, Patricia. A Practitioner's Guide to Research Methods. *Technical Communication*, [s.l.], v. 39, n. 4, p.582-591, 1992. Special Issue: Research in Technical Communication.

HEINICH, Nathalie. Celebrity as Consumption. *L'Année sociologique*, v. 61, n. 1, p. 103-123, 2011.

_____. *De la visibilité: excellence et singularité en régime médiatique*. Paris: Editions Gallimard, 2012.

IFOOD, BELA E PRETA. Ifood. *Youtube*, 2016. Disponível em <<https://www.youtube.com/watch?v=f9wuQDHdTc0>> Acesso em 17 de junho de 2017.

JACOB, Helena Maria Afonso. *Gastronomia, culinária e mídia: estudo dos ambientes midiáticos e das linguagens da comida e da cozinha*. 2013. Tese (Doutorado) – USP, São Paulo, 2013.

LANCHEIRA DA FLOR. Canal da Bela. *Youtube*, 2016. Disponível em <<https://www.youtube.com/watch?v=qIunNah-9Hc>> . Acesso em 17 de junho de 2017.

LEWIS, Tania. *Smart Living: Lifestyle Media and Popular Expertise*. Berna: Peter Lang Inc., 2008

_____. Branding, celebritization and the lifestyle expert. *Cultural Studies*, v. 24, n. 4, p. 580-598, 2010.

LUPTON, Deborah. Food, health and nature. In: *Food, the body and the self*. Londres: Sage, 1996a. Cap. 3. p.68-93

_____. The asceticism/consumption dialectic. In: *Food, the body and the self*. Londres: Sage, 1996b. Cap. 5. p. 131-153

MOLE, Tom. *Byron's romantic celebrity: Industrial culture and the hermeneutic of intimacy*. Nova Iorque: Springer, 2007.

OLIVEIRA-COSTA, Mariella S.; MENDONÇA, Ana V. M. Alimentação saudável, políticas públicas e a imprensa - do que estamos falando?. Revista *Razón y Palabra*. [on-line]. Vol 20, ed. 3_94. México, julho 2016. Disponível na Internet em: <<http://www.revistarazonypalabra.org/index.php/ryp/article/view/716/730>>.

PAPEL DO PAI. Canal da Bela. *Youtube*, 2017. Disponível em <<https://www.youtube.com/watch?v=xowUIF3EfYY&t=178s>> . Acesso em 17 de junho de 2017.

QUEM É BELA GIL?. Canal da Bela. *Youtube*, 2017. Disponível em <<https://www.youtube.com/watch?v=g0fzFUz2-JA>> Acesso em 17 de junho de 2017.

SACRAMENTO, Igor. Saúde, estilo de vida e cultura do consumo num contexto neoliberal. 2016

SIBILIA, Paula. *O show do eu : a intimidade como espetáculo*. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2008.

THOMPSON, J. B. *A mídia e a modernidade: uma teoria social da mídia*. Petrópolis: Ed. Vozes, 2011. Capítulo 04 – A transformação da visibilidade, p. 159 – 193.

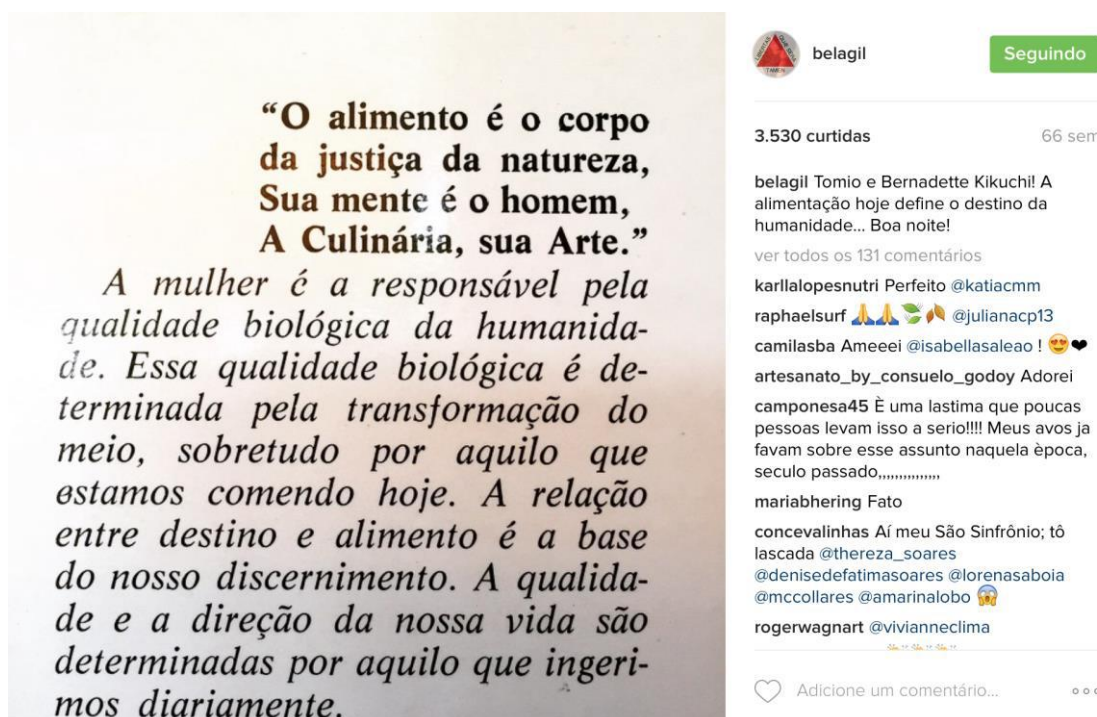
TURNER, Bryan S. The discourse of diet. *The body: Social process and cultural theory*. Londres: Sage. p. 157-169, 1991.

ANEXOS



ANEXO 1

Fonte: Conta oficial do Instagram de Bela Gil. *Clipping* realizado em 14 de julho de 2016



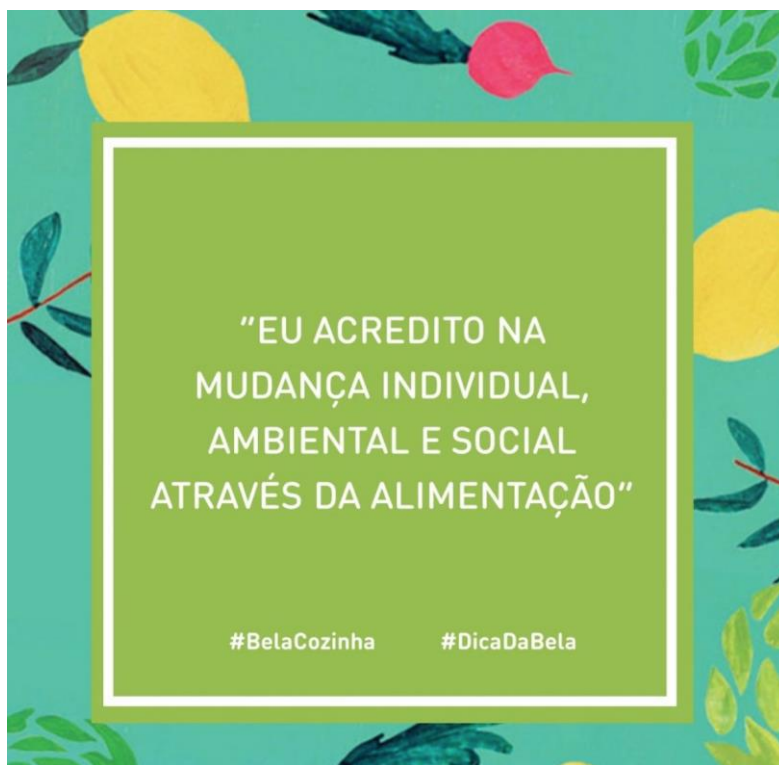
ANEXO 2

Fonte: Conta oficial do Instagram de Bela Gil. *Clipping* realizado em 14 de julho de 2016



ANEXO 3

Fonte: Conta oficial do Instagram de Bela Gil. *Clipping* realizado em 14 de julho de 2016



ANEXO 4

Fonte: Conta oficial do Instagram de Bela Gil. *Clipping* realizado em 14 de julho de 2016

ANEXO 5

Fonte: Conta oficial do Instagram de Bela Gil. *Clipping* realizado em 14 de julho de 2016

AGENDA REGULATÓRIA – A ANVISA QUER TE OUVIR!

Macrotema Alimentos → tema 12

1. Urgência:
Nos campos abaixo, avaliar a **urgência** do problema para cada um dos temas:

Urgência do problema (Tema 12):	Seu o problema pode esperar mais de 2 anos para ser resolvido?	De baixo a moderado: problema tem que ser resolvido (isto publicado), em no máximo, 2 anos.	Moderado: problema tem que ser resolvido (isto publicado) em, no máximo, 12 meses.	De moderado a alto: problema tem que ser resolvido (isto publicado) em, no máximo, 6 meses.	Alto: problema merece ação imediata e tem que ser resolvido (isto publicado) em, no máximo, 6 meses.
Subtema 12.1: Rotulagem de alérgenos em alimentos - "Poe no rótulo"	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
Subtema 12.2: Rotulagem de transgênicos em alimentos - "Poe no rótulo"	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

2. Gravidade:
Nos campos abaixo, avaliar a **gravidade** do problema para cada um dos temas:

Gravidade do problema (Tema 12):	Problema com gravidade baixa	Problema com gravidade de baixa a moderada	Problema com gravidade moderada	Problema com gravidade de moderada a alta	Problema com gravidade alta
Subtema 12.1: Rotulagem de alérgenos em alimentos - "Poe no rótulo"	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
Subtema 12.2: Rotulagem de transgênicos em alimentos - "Poe no rótulo"	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

3. Tendência:
Nos campos abaixo, avaliar a **tendência** do problema para cada um dos temas:

Tendência do problema (Tema 12):	O problema não tem tendência a piorar nos próximos dois anos	O problema tem tendência a piorar caso nenhuma ação seja tomada nos próximos 2 anos	O problema tem tendência a piorar caso nenhuma ação seja tomada em 12 meses	O problema tem tendência a piorar caso nenhuma ação seja tomada em 6 meses	O problema tem tendência a piorar caso nenhuma ação seja tomada nos próximos 6 meses
Subtema 12.1: Rotulagem de alérgenos em alimentos - "Poe no rótulo"	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
Subtema 12.2: Rotulagem de transgênicos em alimentos - "Poe no rótulo"	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

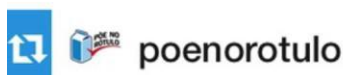
Gravar

Atenção: Ao gravar, registre a data de conferência, o local e o nome de quem realizou a conferência.

Não é uma votação; é participação!
O que é? Definição dos temas que serão discutidos e regulamentados nos próximos dois anos pela ANVISA.
Prazo? Até 01/03/2015.

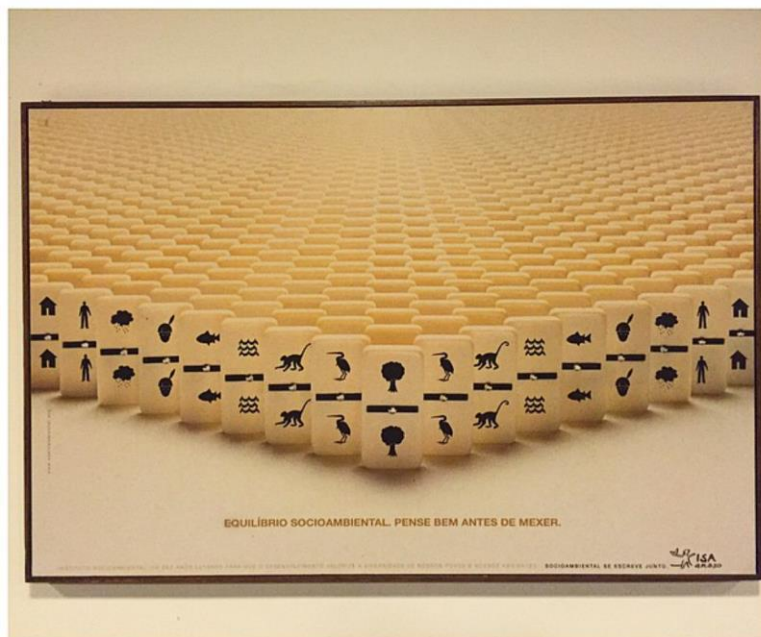
ANVISA
Agência Nacional de Vigilância Sanitária

www.poenorotulo.com.br



ANEXO 6

Fonte: Conta oficial do Instagram de Bela Gil. Clipping realizado em 14 de julho de 2016



belagil

Seguindo

1.859 curtidas

72 sem

belagil Alergia é grave e deve ser respeitada e tratada como um assunto sério e de urgência! #Repost @poenorotulo

• • • Urgência? Gravidade? Tendência a piorar? Sim!!!! A Anvisa está definindo os temas que irá tratar em 2015 e em 2016 e quer saber se a rotulagem de alérgenos deve ser discutida em 06 meses. O #poenorotulo já se manifestou - tema 12 a rotulagem de alérgenos em alimentos no Brasil é urgente, é grave e tende a piorar se não houver regulamentação concluída no prazo de 06 meses. Compartilhe, de a sua opinião precisamos de toda a ajuda nesse momento!!! http://formsus.datasus.gov.br/site/formulario.php?id_aplicacao=19227 #poenorotulo #anvisa #poelogo

ver todos os 83 comentários

edilane Moura Barcelos @elaine_mourao ela que faz o programa que eu gosto.

Adicione um comentário...



belagil

Seguindo

3.362 curtidas

63 sem

belagil "Equilíbrio Socioambiental. Pense bem antes de mexer". @socioambiental Na natureza tudo tem um motivo para acontecer e a observação é o melhor caminho para preservá-la. #penseantesdeagir #penseintegralmente #visaosocioambiental #equilibrioecologico #comidaquetransforma #comidadeverdade #efeitodominó

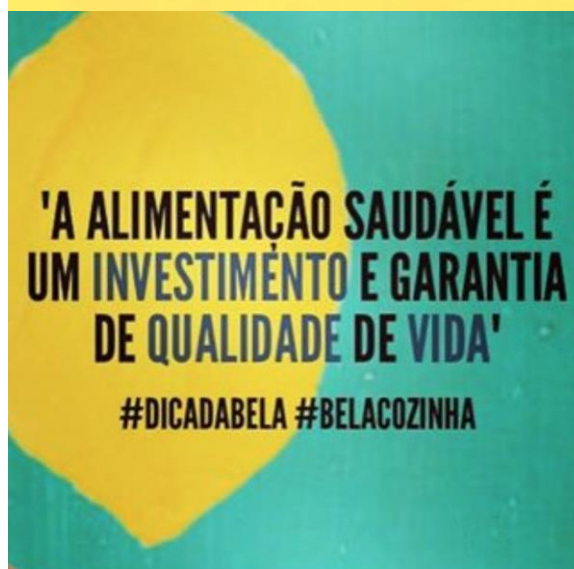
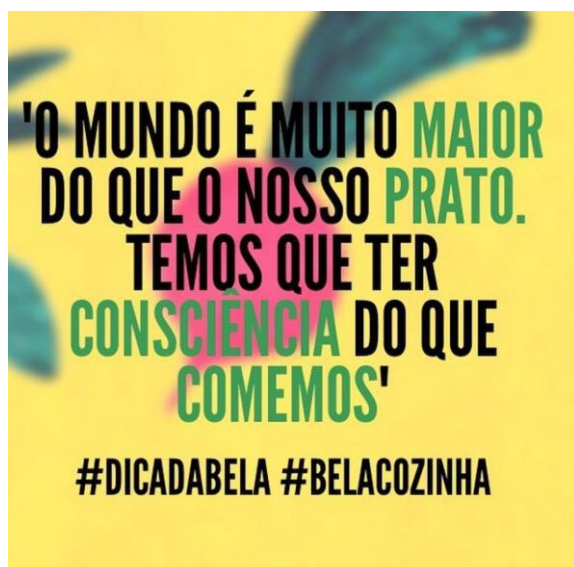
move_institute @belagil cuidado com o termo carne sustentável! Por favor! O instituto quer inserir animais silvestres e insetos na gastronomia, quando o planeta pede consciência e paz aos animais!!!! #basta #vegan #carnesustentavelNAO #mudanca

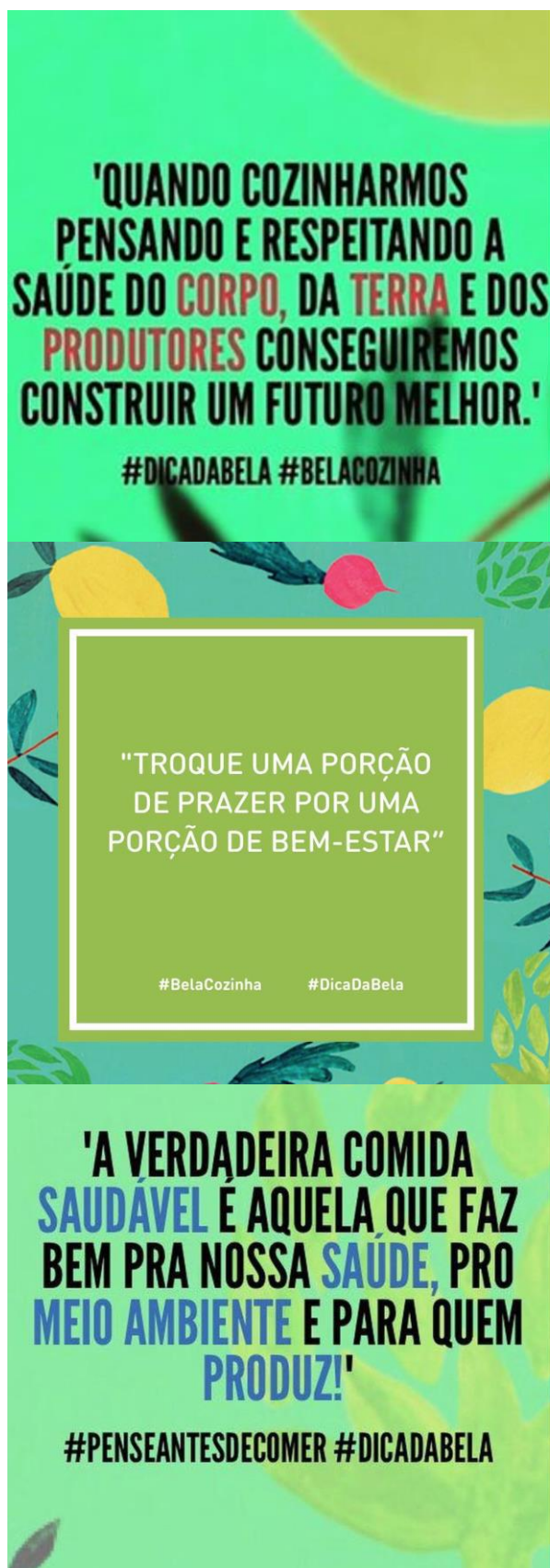
move_institute @belagil pense em respeito aos animais!!! Carne sustentável Não!!! Cuidado!!! Absurdo inserir silvestres e insetos na culinária!!! Basta de exploração!!!

Adicione um comentário...

ANEXO 7

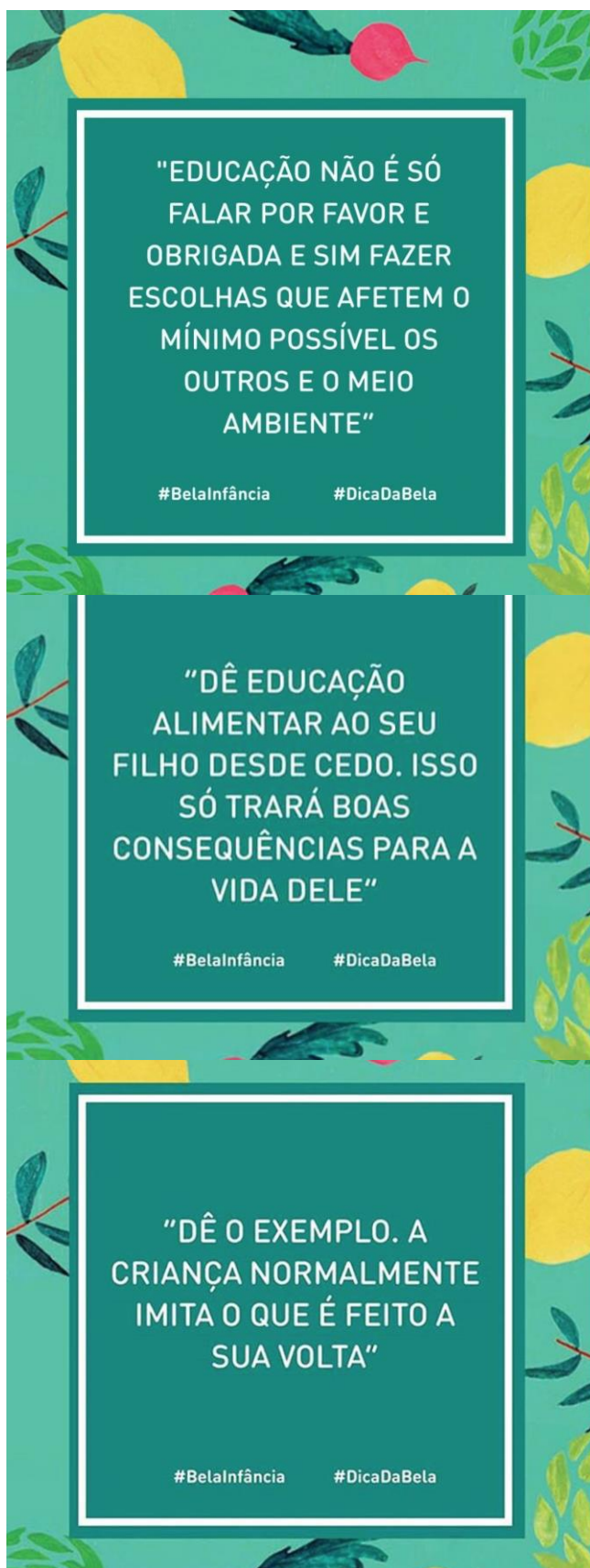
Fonte: Conta oficial do Instagram de Bela Gil. *Clipping* realizado em 14 de julho de 2016





Fonte: Conta
oficial do
Instagram de
Bela Gil.
Clipping
realizado em 14
de julho de 2016

ANEXO 9



Fonte:
Conta
oficial do
Instagram
de Bela
Gil.
Clipping
realizado
em 14 de
julho de
2016

**ANEXO
10**

Fonte:
Conta
oficial do
Instagram
de Bela
Gil.
Clipping
realizado
em 14 de
julho de
2016



ANEXO 11

Fonte: Conta oficial do Instagram de Bela Gil. *Clipping* realizado em 14 de julho de 2016



ANEXO 12

Fonte: Conta oficial do Instagram de Bela Gil. *Clipping* realizado em 14 de julho de 2016



ESTUDOS APONTAM
QUE DEVERÍAMOS NOS INFORMAR
MELHOR SOBRE O USO DO
FLÚOR



"COMPRAR ALIMENTOS
ORGÂNICOS É INVESTIR
NA SAÚDE, VALORIZAR O
PRODUTOR E RESPEITAR
O MEIO AMBIENTE"

#BELACOZINHA #DICAABELA



"JEJUE PARA MELHORAR
A SAÚDE FÍSICA, MENTAL
E ESPIRITUAL"

#BELACOZINHA #DICAABELA



belagil

Seguindo

5.713 curtidas 21 sem

belagil Para vc que vai escovar os dentes agora, procure saber!!! E para os dentistas de plantão que são pró flúor, estou aqui para fazer com que as pessoas saibam o que estão consumindo. Os prós e contras de tantas substâncias impostas no nosso dia a dia. O flúor não está só na pasta de dente, mas também na nossa água e seu acúmulo no organismo faz mal sim! Só quero que todos possam conhecer os dois lados da moeda. E para todos aqui, procurem estudos, leiam livros, artigos, conversem com seus dentistas e então podemos começar uma discussão construtiva para a sociedade e futuras gerações.

ver todos os 536 comentários

Ililicvf O bem estar conquistado e a saúde recuperada pagam quaisquer críticas.

Ililicvf Desejo a voce otimos progressos, @mariaoliviapantoja ! Paz e bem.



belagil

Seguindo

5.221 curtidas 16 sem

belagil Invista nos alimentos orgânicos sempre que puder, esse é um jeito de ajudarmos na democratização da alimentação saudável. #DicaDaBela

ver todos os 85 comentários

ariannapestana Pena que é muito caro! Fazer uma compra só com produtos orgânicos não dá!

annnallu O problema nem é tanto o preço, mas a falta de ofertas e variedade de produtos. Aqui em São Paulo as feiras orgânicas são poucas(5 no máximo) e todas muito longe de onde moro. Compro apenas nos supermercados, que apresentam poucos produtos e velhos.

carolinasouzafaria @babinthoncms

jucaligo Aqui em SP também sinto falta de mais ofertas. As opções são poucas e caras. E o espaço para plantar tb é raro.

brunapastore @mbsucrar

Adicione um comentário...

ju_pomp Jejuar faz bem SIM

luci_da_minha_cozinha A partir de terça-feira, até dia 19, os Bahá'ís do mundo jejuam por amor a Deus. É o último mês do calendário desta manifestação divina e os bahá'ís abstem-se de alimentos do nascer ao por do sol para esperar a chegada do novo ano, dia 20/3. www.bahai.org.br

luci_da_minha_cozinha Jejuar faz bem ao corpo, a mente e ao espírito.

flavinho_santos Tá tudo lindo @marinamattoso!

paleobh Prático

mad_burgers Olha @gypsybellacaiado

alejandra_martinsmadeira @elisa_mulini.

marcellelimaassuncao Nem para todos. Cuidado com o que lêem

Adicione um comentário...